



一部难得的当代温州人创富之路的**典藏之作**
博集温州人成功的经典案例 深刻解读温州人的赚钱之道

顶尖财富密码： 解密温州人的投资理财智慧

才永发 赵宝海 编著

9个财富密码逐一展开

98条财富慧言与君分享

95个财富案例精彩分析

清华大学出版社

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指期货原油期货开单 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服热线：958218088 期货开户

理想藏书 55188

顶尖财富密码： 解密温州人的投资理财智慧

才永发 赵宝海 编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

温商，一个继徽商、晋商、粤商、闽商之后最大的商帮体系，这也是在中国唯一一个以城市名称命名的商业体系。他们已经遍布世界各地，他们以拼搏向上的精神在各地播撒财富的种子，他们被社会公认为是最会经商的一个商业体系。

今天，世界各地都可以看到温州人的身影。他们有着“白天当老板、晚上睡地板”的吃苦耐劳传统，他们一直坚持着“有机会就抓住机会、没有机会就创造机会”的信念创业，他们对经商抱以绝对的热情，他们调动全身所有的神经去寻找商机。

本书通过对一个个鲜明事例的叙述，从中阐释温州人身上顽强拼搏、勇于攀登、从不言败的经商精神。每一个案例都可以从中窥探出温州人经商的诀窍，让我们在品读每一位温州商人创造商业奇迹的同时，也从中学有所感悟，帮助我们更好地生活，更好地学习。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

顶尖财富密码：解密温州人的投资理财智慧/才永发，赵宝海编著. —北京：清华大学出版社，2014

ISBN 978-7-302-34518-3

I. ①顶… II. ①才… ②赵… III. ①投资—经验—温州市 IV. ①F832.48

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 277183 号

责任编辑：郑期彤

装帧设计：杨玉兰

责任校对：李玉萍

责任印制：李红英

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084

社总机：010-62770175

邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载：<http://www.tup.com.cn>, 010-62791865

印 装 者：三河市金元印装有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：169mm×230mm 印 张：13

字 数：200 千字

版 次：2014 年 1 月第 1 版

印 次：2014 年 1 月第 1 次印刷

印 数：1~2600

定 价：29.00 元

产品编号：051061-01



前言

温州人，在国内一直以经商而闻名，每个人都非常的精明，可以说已经达到“全民皆商”的程度。哪里有市场，哪里就有温州人的影子。即使是没有市场，温州人也会开辟出一片市场来。

温州人是天生的生意人，他们血液之中都是经商的细胞，他们在小的时候就树立致富赚钱的目标，他们能吃苦、不屈服，几乎每一个温州商人的背后都有一部创业史。

自改革开放以来，温州人给国人缔造了多个“第一”的神话：第一批股份合作企业、第一份私人营业执照、第一个制定私营企业条例、第一个实行全社会养老保险、第一座农民城、第一个私人承包航线、第一个跨国农业公司……这样的“第一”让世人瞩目，一次次改变我们的观念。

如今，温州人已经成为国人之中最有商业头脑、最具国际眼光、最能突破束缚的人。温州人积累的财富越来越多，温州人成为新的财富团体。

温州人成功了，温州人富了，于是就会有人问，温州人为什么可以获得财富呢？

温州人对商机的敏感让人吃惊。说到他们的眼力，有人说他们可以在荒山之中发现黄金，在平静的水面掀起波浪。一般人认为没有钱赚的地方，温州人却能将其变成一个聚宝盆。

温州人还有一种品质就是勤奋，为了赚钱，他们可以吃别人无法吃的苦。因此，他们是在沙海中掘金，世博会的钱他们赚到了，奥运会的钱也赚到了，甚至将钱赚到了美国的司法界。

温州人的脚已经走遍了世界各地，他们获得了丰厚的财富，血液之中都是商业的细胞。他们努力拼搏，似乎他们就是为商业而生，他们在世界各个地方演绎着创富的传奇故事，不得不让世人佩服。

本书对温州人商业智慧和商业经历进行了细致的描绘，全方位剖析温州人的个性、历史、传统，从温州人最优秀的思想观念出发，阐释了温州人经商的法则，全面解析了温州人做事的原则，解密温商成功的原因。可以说，本书是揭秘温州人获得财富的宝典。相信你在阅读本书的同时，一定会有所感悟，希望对你有所启示。

编者



目录

第1章 做生意先做人，人格是最宝贵的财富

每个人都曾有过创业致富的梦想，每个人都曾想以财富来证明自己的价值。其实最大的财富，很多人已经得到了，那就是我们的人格。一个善良、乐于助人的人，更能赢得大家的青睐。所以，往往品德高尚的人，在经商的路途中，可以得到更多的帮助，甚至是“老天爷”的垂青。

做事先做人，诚信是根本 /2

脚踏实地才能长久 /4

以德经商，赢得天下 /6

可以精明，但要堂堂正正 /9

乐业敬业，求真务实 /11

热心公益，报效桑梓 /13

乐善好施献爱心 /16

为人低调，淡泊名利 /17

为长远利益宁可吃亏 /19

采用人性化的管理 /22

敢于舍弃方能有大收获 /23

第2章 能赚钱有面子，金钱意识非同凡响

普通人都曾对金钱有过极大的欲望，每个人都想凭借自己的努力变得更加富有。但是，很少有人像温州人那样，将赚钱的思想植根于大脑之中，他们的金钱意识已经与血脉相连，无论是任何时候，任何地点，他们都会以最敏感的神经去寻找商机，寻找财富的气息。

将经商赚钱作为一种乐趣 /28

生存是赚钱的原动力，赚钱是目的 /29

有野心的人更能成就梦想 /31

从小就有赚钱的志向 /33



目 录

赚钱源于强烈的欲望	/34
宁为鸡首，不为凤尾	/37
把钱作为播种的种子	/39
以理智的态度对待金钱	/41
在赚钱时态度应该坦诚	/43
从小就培养对商业的热情	/44
让每一分钱都发挥作用	/46
把钱计算得清清楚楚	/48

第 3 章 为市场把脉，独到的眼光最重要

人与人之间总是有差异的，然而，对于温州人来讲，却有着共性的东西——那就是眼光，也就是对市场的洞察力，对于商品前景的预知能力。不是每个人都具有独到的眼光的，然而，温州人所具备的市场眼光却得到了社会的认可，这一点我们不得不佩服他们的远见卓识。

培养超强的洞察力	/52
眼光有多远，财富就有多大	/54
果断地抓住机遇	/56
在生意之中流露传统文化	/58
偶尔特色经营，收获更多	/60
在变化的市场之中做出决断	/62
贵在灵机一动	/64
从别人的语言之中捕获商机	/65
世上不缺商机，而是缺少发现	/67
找准市场的空白点	/68
明确定位，找准市场	/70

第 4 章 经商贵在抢先，把握根本赢得竞争

对于现代经济社会来讲，一切可以创造价值的东西都可以称为财富，这其中



目录

也包括各类信息，谁最先获知信息，谁就能占得先机，取得市场的主动权。这也使得商家可以在博弈之中获得更多的筹码。所以越来越多的温州人将收集有价值的信息作为经商之中重要的决策。

只有具有远见的商人才能在市场之中占据先机，在别人没有察觉或是即将着手的时候，早已经做好了准备，这样的抢先，也是温州人得以取得成功的一个重要原因。

有价值的信息就是财富	/74
先发制人，以快打慢	/75
追求效益，绝不浪费一分钟	/76
敢走没人走过的路	/78
化腐朽为神奇，变废为宝	/79
商人的特有敏感	/81
行动成就梦想	/83
利用明星广告，提高产品的知名度	/84
给好产品取一个响亮的名字	/86
抢占商战中的“制高点”	/88
独辟蹊径，出奇制胜	/90
培养察微知著的本领	/92

第5章 有胆识闯天下，异想天开赚得大钱

有胆有识方为英雄，有卓越的远见，而无胆量去尝试，恐怕即使想法再好，财富梦想也很难去实现。而温州人却有胆有识，总是在商海之中叱咤风云。温州人总是胆气十足，敢想敢做，凭借自己的能力闯出一片天地，即使受到挫折，也从不退缩，只要自己还能恢复，依然勇往直前。这不光是一种毅力，更是创业的豪迈勇气。

抓机遇需要胆量	/96
超前发展抓住先机	/98



目录

进退有度，能进能出 /100

敢于标新立异 /102

心中有远大的理想 /104

完美的连锁经营战略 /107

敢于走南闯北 /109

有勇气进入新市场 /111

注重与知名大企业合作 /112

有胆量还需要有见识 /114

不惧风险，险中求胜 /116

将生意做出国门 /117

第6章 人脉带来财运，善借他人照亮“钱程”

常言道：“一个篱笆三个桩，一个好汉三个帮”，这句话用在温州人身上是最贴切不过了。温州人总是喜欢抱团，扎堆经营。一个同乡有难，多个温商出手相帮。他们总是团结一致，没有将同行作为“敌人”，而是当作合作的朋友。这样的作风，才得以让温州人行走天下，在不同的地方，都可以大显身手，这与他们善于抱团、齐心合力是分不开的。

同行非冤家，抱团闯天下 /122

善于合作，甘于分享 /124

走合作共赢之路 /126

客户是第一上帝 /128

尊重他人重于自己 /130

创业初期的家庭管理模式 /131

搞定关系再做生意 /133

扎堆经营有规模优势 /135

具有强大的社会活动能力 /136

在饭局上做生意 /138

把机会让给同伴 /139



目录

懂得借势的妙处 /140

第7章 赚一分是一分，不在多少在于用

精明的温州人不仅是在经商的过程中有胆有识，同时也是极为节俭的。他们从不会忽视一个“鸡蛋”的价值，他们坚信，积少成多。没有土壤，何来泰山。没有小流，何来江河。

普通民众从来不去看重一个吸管的利润，但是很多的温州人却因为经营这样的微利商品而成为百万富翁甚至千万富翁。这就是温州人善于积累，善于小中见大的优点。在看似微薄的利润之中积累巨大的财富，这是经商者值得学习的。

注意资金的积累 /144

不放过每一个赚钱机会 /146

突破面子观念 /147

生意不在大小而在用心 /149

凭“一身薄技”走出贫困 /151

采取独特的融资方式 /152

不会赚小钱就不会赚大钱 /154

怕停不怕赔 /155

居安思危 /157

在模仿中创新 /159

第8章 讷于言勤于事，勤忍是赚钱必修课

在 20 世纪 80 年代，全国的经济状况并没有太大的差距，当时的温州并不富裕，但是却出现了众多的创富传奇。这与温州人的勤奋、能吃苦是分不开的，他们可以吃别人吃不了的苦，忍受着别人歧视的目光，只有一个目标，那就是为了实现自我的人生价值。先行一步的他们，在艰苦的岁月中不懈地努力。在温州，很少有没吃过苦而成功的，温州人的吃苦、忍耐，也体现了另外一种经商智慧。

忍耐是赚钱的必修课 /164



目 录

安心做好一件事	/166
把勤俭视为创业守业的根本	/168
通过勤奋把握机会	/169
放下身价，路会越走越宽	/170
善于推销自己	/172
不怕苦，在恶劣环境中艰苦创业	/173
从零开始，从头再来	/175
天广地阔，哪里有钱到哪里	/177

第9章 学习也是能力，不断学习更具活力

学习，可能很多人只停留在校园，但是却不知道，真正需要好好学习的阶段却是在社会。社会就像是一个大熔炉，锤炼着人才与渣滓。温州商人并没有受到较高的教育，但是他们在创业之中或是创业成功之后，却从不忘记学习的重要性。他们虽然节俭，但是为了学习肯花费重金攻读商学院。这样的学习并非是为了一个能满足自己虚荣心的文凭，而是为了让自己的视野更加广阔，让自己不断成长，以防止在竞争之中遭到淘汰，这样的学习，也是创业者与经营者所需要的。

学习是最先进的竞争力	/180
边做边学总会有成绩	/181
不断学习才能更具活力	/183
改变观念才能更会赚钱	/185
不要满足于自己的现状	/188
敢于偷师偷艺	/189
具有惊人的模仿能力	/190
模仿是创新的第一步	/192
从新的角度找突破口	/193

第1章

做生意先做人，人格是最宝贵的财富

每个人都曾有创业致富的梦想，每个人都曾想以财富来证明自己的价值。其实最大的财富，很多人已经得到了，那就是我们的人格。一个善良、乐于助人的人，更能赢得大家的青睐。所以，往往品德高尚的人，在经商的路途中，可以得到更多的帮助，甚至是“老天爷”的垂青。

做事先做人，诚信是根本

在我们的眼中讲到商人就是无商不奸，做生意就是利用手段坑蒙拐骗，要说到信誉，那不过是唬人的幌子而已。

温州人在生意场上，可以缺少资金，但是不能没有信誉。有钱你不一定能把生意做好，有了好信誉，别人肯定会主动和你做生意。

聪明的温州商人非常重视自己的信誉。温州商人说到做到，为的就是提高自己的信誉，因为，在他们眼里，信誉就是他们的资金来源。

大家都清楚，参茸的产地在我国的东北地区，但是做生意的人都知道，全国参茸的主要市场却是在温州。为什么会这样呢？东北与温州相距数千里！

但是，更让人们想不到的是，同样质量的参茸，东北原产地的价格要比温州的市场价格高，每公斤相差 100 元！

会算账的人一看就明白，这样的买卖肯定是亏本的。但是，以精明出名的温州人怎么会做这样看似亏本的买卖呢？这个问题让人非常费解。事实上，这正体现了温州人精明的地方。

温州人与东北人打交道非常讲究诚信，他们在首次向东北人订货的时候，订单就是 10 吨，一手钱一手货，从来不拖欠。这样做让东北人觉得温州人非常的讲诚信，而正是因为这样的诚信，温州人才可以做赊销的生意。

经过这样几次的交易，温州人就可以利用自己的信誉，先付两成到三成的定金，将货物卖掉以后再付全款。在每次生意中，温州人总是按照事先约定的价格交易，绝不拖欠，这让豪爽的东北人非常放心。到最后，温州人提货的时候可以不用支付定金，来年将货物卖完以后再付款。

聪明的温州人就是利用自己的信誉来获得参茸的，而参茸在温州人的眼中不仅仅是一种货物，而且是可以流动的资金。温州人获得参茸药物以后，迅速在市场上销售，有时参茸的价格要低于市场价格，这在外人眼中是非常难以理解的，而在温州人眼里，参茸销售以后的款项是可以周转的，在一年之中可以流动很多次，做好几回生意。在年终结账的时候，尽管参茸生意可能是亏损的，但是别

的买卖赚了不少钱，总的来算，利润还是很大的。这时的参茸就如同银行的贷款一样。

在市场上，信誉就是资金。如果你有良好的信誉，你就可以从别人那里先拿到货物然后再付账，在银行贷款方面，良好的信誉也是非常重要的。

诚信就是一个企业要对自己所做出的承诺负责任。在市场的竞争过程中，当然也会有一些不注重自身诚信的企业抢占市场，做出一些虚假的承诺，又不去兑现，经过一段时间以后失去了客人的信任。正泰集团之所以脱离“假冒伪劣”的环境，发展壮大，并且在低压电器行业率先成为驰名商标，跟企业坚持诚实守信是分不开的。

正泰集团负责人南存辉说过，信用对企业是一笔无形资产，是企业的立业之本，尤其是市场经济的大力深入，竞争日益激烈的今天，信誉资源可以说是弥足珍贵。

一次，几位中亚客商带了 1 亿多元的大订单到内地考察。他们进入正泰，南存辉就非常积极地介绍正泰的情况。

这时，对方的翻译突然打断双方的谈话，他说：“我是中国人，很希望中国的企业获得这样的订单，我建议你可以将这家企业的规模说得更大一些，他们会相信你的话。”

南存辉笑了笑，说：“这是不行的，规模多大就是多大，做不成生意是小事，没有诚信可不行。”

南存辉又说到了正泰的特点、双方的合作未来的展望，也说了一些现在存在的问题和瓶颈。

结果，这笔交易意向达成了。外商非常称赞，南存辉是一位非常坦诚的商人。

正泰集团选“正泰”这两个字作为名字，就是为了弘扬“正气泰然”的精神。南存辉这样说道：“经营要走正道，为人要讲正气，产品要正宗，要讲信誉。”这种思想至今还是正泰集团的企业文化之一。

南存辉还提出了“2-1=0”的观点。南存辉这样讲：2，一个是指员工，一个代表着产品。正泰有大约 1 万名员工，只要有一个人不讲究诚信，正泰的形象就



是零；同样道理，正泰售出的产品上千万件，只要有一件不合格，那么正泰这个品牌在顾客心中就是零。

当有人问南存辉：“如果你有一个员工不讲究诚信，企业内部没有人可以接替他，你会怎么处理？”

南存辉回答：“诚信为人之根本，也是一个企业立业之基，不讲诚信，不管如何的能干，我也不会把这样的人留在我的公司。”

如今，正泰已经是温州响当当的企业，南存辉还在坚守自己的诚信。他说：“我的创业是一个非常艰苦的时期，因为诚信经商，一步一个脚印走过来的。”“正泰在温州这样假冒产品充斥的环境成长，发展壮大，并成为中国电器中的驰名商标，成为中国电器之中的领军品牌，正是因为坚持诚信经商的原则。”南存辉在商界被公认是一个非常讲信用的人，这可以从银行对他的贷款额度看出来。南存辉的个人信用使企业可以从银行顺利贷款 3 亿元！就像是南存辉说的那样：“信用对于我意味着一支笔值 3 亿元，因为银行对正泰的授信额度是 3 亿元，只要我签字，正泰就可以从银行得到这笔钱。”

不仅仅是正泰这样的知名企业和像南存辉这样的大商人，绝大多数的温州人都将诚信作为自己的经商准则。

不守诚信，或许可以让你获得短暂的利益，但是肯定不会长久。做生意，必须讲诚信，诚信是为人处事的根本，也是商家需要拥有的美德。



经商小语

无信则衰，无信则败。

——天正集团董事长兼总裁 高天乐

脚踏实地才能长久

有很多人认为做生意就是一种投机，只要抓住机会，运气好就可以赚到钱。而温州人则认为做生意是一种投资，不可以投机，目标需要高远，脚踏实地，一

步一个脚印地夯实基础，才能做出成绩。

许多人都了解温州人的脚踏实地。温州人从不投机股票，喜欢投资实物，煤矿、石油、房地产、黄金等实实在在的物品都是温州人比较喜欢的投资项目。他们总是稳扎稳打，用这些逐步积累财富。

在温州有一个专门投资黄金的人，他叫叶亮。最初的时候，叶亮是温州地区第一家黄金代理业务公司的负责人，如今是中国金币总公司十家特许经销商之一。叶亮的主要业务就是从事奥运金币、生肖金条及奥运吉祥物金条，这种实惠的物品获得温州人的欢迎，叶亮的生意非常红火。

“做这一行就是喜欢，其实卖黄金不是很神秘，我们卖的黄金不仅是一种投资方式也是承载文化，而这也是我最喜欢的一点。”叶亮说。实际上，红火的生意，凝聚了他很多心血。

1996年，叶亮看重了黄金的保值性与实际的功效，在府前街开了自己的第一家金店，专门出售我国的金银纪念币。接着迎来了香港回归，于是，纪念香港回归的金币成为叶亮主要经营的产品。“这个行业其实与很多的信息有关。”叶亮说。

为了尽快地增加业务，叶亮费了不少心思。

2001年，由金牛公司设计生产的金银月饼再次成为叶亮销售的重点。“此前，公司也推出了不少自己的产品，但是销售量增加还是这次的金银月饼，这就是出奇制胜的原因。”叶亮高兴地说。

接着，叶亮又推出了第一款木板挂历。紧接着，盛世宝印等贵金属礼品相继推出。

叶亮先后与多家金币机构合作，推出了不少新产品。

2004年，叶亮在车站大道设立了一个从事黄金交易的金店。年末，奥运金条在温州成功推出，随着奥运会的日益临近，叶亮的生意日益火爆，其专卖店卖出的金饰品居于全国的前五名。

不管做什么事情，都需要脚踏实地，一步一个脚印地做。如果你想一步登天，完全不可能，也是温州人从不提倡的。

奥康集团董事长王振滔就是一个非常务实的人，他从不喜欢自己的员工盲目



地扩张。

在一次集团季度总结报告会上，奥康事业部的一位经理报告他们超额完成任务的时候，王振滔并不是很高兴，而是皱着眉头。

原来，该事业部原计划开设 70 家店，结果却开了 110 家。这可是超额完成任务。因此，这位经理在汇报的时候很得意，以为董事长必然会褒奖自己。

谁知，王振滔听完他的报告以后，批评道：“这属于超标，是不良的工作习惯。你想想，你超标那么多，你的服务、管理和人员跟得上吗？如果不能确保质量，不仅不会取得预期的规模收益，反而会造成原来平衡市场的破坏，捡了芝麻丢了西瓜。这样盲目地扩张，只会是开一家，死一家，得不偿失。”

王振滔接着说道：“这就好比一对夫妇原本只想要一个孩子，可是却生了三个。对他们来说，这是一件很无奈的事情，家里多了三口人，人多是热闹了，但是负担增加了多少？”

最后，王振滔意味深长地对大家说：“大家要明白，合适才是最好的，脚踏实地，一步一个脚印地工作才是最稳当的。”

正是因为这样务实的态度，使奥康皮鞋在众多皮鞋品牌中脱颖而出，奥康品牌成为消费者信赖的品牌。



经商小语

我们的目标是创一个百年品牌，百年品牌是要一点点做出来的，靠炒作是不行的，我们做企业如同盖房子一样，得从地基开始一点点夯实，玩虚的会玩垮自己的！

——法派服饰有限公司董事长 彭星

以德经商，赢得天下

经商应该以德为先，德就是诚信。

诚信包含的意思非常的宽泛，包括：遵守诺言、实践承诺、诚实可信、老老

实实、讲真话、不虚饰、办实事、不撒谎等。

诚信作为一种经济、社会、文化理念，现在已成为市场经济的核心理念。诚信是整个市场经济的基石，拥有良好的信誉是拥有良好市场的前提，是健康发展经济，有效秩序的市场经济的根本。在这种状态下，社会的发展成本降低，社会各方面的信赖程度提高，社会关系变得和谐。相反，如果不讲诚信，则会出现相反的情况。

现在的中国商业的确有信用危机，而且还会带来非常大的经济损失。据有关部门统计，中国每年因逃避债务的损失就达到 1800 亿元，因为合同欺诈而损失 55 亿元，产品质量不过关，制造和出售假冒伪劣产品的损失达到 2000 亿元，三角债与现款交易造成的财务费用达到 2000 亿元。此外，现在我国合同的交易量不足 30%，而履行合同的概率仅为 50%，不良贷款率可达 40%，单从这些数字的统计中就可以知道，信用危机会给我们的经济、社会带来极大的损失。

比较起来，外国人更具有百年老店的意识，信誉是经营的生命，他们在考量一个企业的时候，除了看这个企业是否盈利以外，更重要的是关注一个企业的信誉程度。很多国际知名企业在一些营业季度是亏损的，但最终还是扭亏为盈，主要原因就是在经营期间铸就的信誉。

现在，温州老板只需要自己认可签名就可以贷款几千万。拥有这种本领的温州老板，到银行贷款不需要办理抵押手续，只要自己签个名就可以了。其中正泰集团负责人南存辉的信誉是最具含金量的，仅是某一个银行对其的授信额就有 2 亿元。银行为什么如此信赖温州人，就是因为他们长期的经济交流活动中积累下的信誉。

霸力集团总裁王跃进这样讲过：做企业就如同做人，做人注重自己的品德，做产品应该注重质量。他还是第一个在自己的产品中放产品质量卡的人，还自信满满地说：我一定争创知名品牌，不出十年，皮鞋王国将由意大利转到中国，在中国的温州。

轰动一时的柳市黑潮和火烧武陵门事件，让温州人遭受了严重的信誉危机，但温州人知错能改，知耻而后勇，毅然告别失信的昨天，经过长达十余年的努力，终于重新赢得了信誉。





1996年，安徽省桐城市的农民桂小欢听人说温州皮鞋厂对用来抛光鞋面的布轮有很大的需求量，利润也不错，就带领全家开了一家专门销售布轮的小作坊。东西做出来了，桂小欢带着这些布轮到温州推销。他去的第一家鞋厂是温州泰马鞋厂，非常容易就完成了交易。温州人交易的习惯是过一段时间结账，但因为桂小欢急需用钱，经理陈海永打破惯例，为其付了现款。

生意这样连续进行几次，桂小欢也觉得像以前那样送货要钱，有些过意不去。于是第四次送货的时候，他对陈经理说：只要给我打个欠条就可以了。经过6年的努力，桂小欢的客户发展到了20多家，他已经习惯了拿欠条结账的方式，而且都是互相信任，有的客户甚至是一年结一次账，凭证就是他们写的欠条，这些欠条就是桂小欢的支票。

可是令人不愿意看到的事情发生了，在2002年10月的一天，桂小欢装有欠条的包在回家的长途汽车上丢了，里面装有20多个客户的36张欠条，欠款总额为134000元。这时候的桂小欢就像是疯了一样地寻找。

妻子得知这消息后，浑身麻木得一动不动，像个植物人一样整个人呆住了。

桂小欢做布轮生意的利润不是很大，一年到头也挣不了2万元。丢的这13万多元的欠条，可是他们家将近六年的积蓄，说没就全没了。丢失了这13万多元的欠条，也就说明了他们全家6年白干了。

妻子宽慰他说：钱丢就丢吧，就算是破财消灾了，只要是人没事就行了，以后我们再努力。但桂小欢还是想试一试，让自己所有的客户重新开欠条。

桂小欢去的第一家厂子是正规的泰马鞋厂，经理就问：欠条丢了？还有多少钱没结？谁收了货就让他补个欠条。桂小欢没想到要债是这样的简单，心里一阵狂喜，马上到财务室补开欠条，领到了钱。

桂小欢于是又继续找人补欠条。随后又找到四家规模很大的鞋厂，这些厂子因为都有存底和电脑记录，所以并不是很费劲，或是补开了欠条或是支付了现款。一上午，桂小欢就将3万多元的损失收回，脸上笑开了花。可是心里又上了一阵愁云：因为有很大一部分厂子的规模很小，那些小厂的欠条开得非常随便，不像大厂那样有存底，更不要说有什么记录了，他们会不会不认账呢？

桂小欢下午找到的厂子的老板是个女的，女老板了解到他来的意思后：欠条

丢就丢。只要是将货送到，我们承认就是，但是我记不清楚欠款的数额了。

桂小欢心想：不能和她搞僵，否则一分钱都没有办法拿到，于是说：老板娘，你记得是多少就是多少。女老板说：哎，你不能这样讲话，我们都是做生意赚钱，都是有信誉的。别以为丢了欠条就不用认账了，不可能的。后来女老板在桂小欢的提示下想起了欠款的金额，非常爽快地把钱给了她。桂小欢的 13 万元钱就是这样非常容易的找回来了。

现在，桂小欢遇到人就说，要向温州人学习，学习他们经商讲诚信，做一个讲诚信、有道德的人。虽然温州商人都是由“草根”开始，学历并不是很高，但他们不张扬、不虚荣，诚信做人、踏踏实实、以德经商。



经商小语

从哪里跌倒就从哪里爬起来！……12 年前的一把火，烧温州人的劣质鞋；12 年后的一把火，温州人烧仿冒温州鞋的劣质鞋！

——奥康集团董事长 王振滔

可以精明，但要堂堂正正

温州人做生意非常灵活、精明，但是做人却非常的实在。他们做事情讲究原则，但是可以适应新的规则。生意场上，想出的办法总比困难要多很多，遇到困难多思考，根据实际情况去实行。

人民电器负责人郑元豹讲：“温州企业获得成功主要依托两个原因，首先要对党和国家良好的政策心怀感谢，其次就是温州人经常是第一个深入了解整个行业，善于抓住整个市场的脉搏，温州的家族企业很灵活。”

温州商人非常灵活，随机应变，人们只要是提起温州人，就会说他们思维活跃，反应灵敏。这种灵活和精明体现在很多方面。

红蜻蜓集团董事长钱金波年轻的时候在湖北地区做过木匠。有一次，当地的一位朋友托他从温州带回两块电子表。钱金波非常爽快地答应了，并对对方说，





一只电子表的价格是 5 元，一定会给他带过来。

谁知，钱金波到温州以后才知道，朋友所讲的那种电子表已经长到了 15 元一只。

钱金波心中琢磨，既然已经答应朋友把电子表带回去，如果因为价格已经很高了而不帮朋友带，肯定不好。但是，已经告诉这个朋友是 5 元，自己将价格隐瞒也不合适。

怎么办呢？经过自己的深思熟虑，钱金波还是买了两只电子表，并将表作为礼物送给了那位朋友。钱金波说，做人既要遵守原则，又要将这个问题妥善地处理。

奥康董事长王振滔说过：“企业一定要有自己的企业文化。做企业的人，思维一定要敏锐，要活跃。”

王振滔在初中三年级的时候，就开始帮助家人做一些小生意，将稻谷磨成米来卖。当时，别人 100 斤的稻谷可以磨出 80 斤的大米，而他磨出来的是 64 斤。

“这样细致的磨米，不仅米非常光亮，而且米糠也是营养丰富；所以，同样的东西，别人都喜欢交给我做。这让我在那个时候赚了一些钱。”王振滔对自己以前的耐心感到非常自豪。

2000 年，奥康在意大利、荷兰等国家都设了分公司，并通过悉尼奥运会这个平台让世界认识了奥康。

2003 年，奥康与意大利知名的制鞋企业合作，负责公司向欧美和亚洲地区销售产品以及辅助设计，双方互相共享网络销售资源，同时，奥康依旧使用自己的品牌。这样，奥康不仅保住了自己的招牌，而且借用了这家公司的销售渠道和技术。

著名作家叶永烈就称赞美国康龙集团董事长叶康松有非常灵活的头脑。他在文章中写道：“他细心地倾听市场的声音，信息灵通，‘小船掉头快’，什么有利就做什么。他办过水果农场，养过虾，种过蘑菇。到美国之后种过香菇，做过打火机生意，后来又从‘中国货，美国卖’到‘美国货，中国卖’，看中美国威斯康辛州的西洋参打进了中国保健品市场，他在保健品、食品、化妆品等领域延伸业务，并拓展到了欧洲、东南亚等 30 余个国家和地区。他的公司包括生产、

贸易、投资、旅游、咨询服务等方方面面的业务都在拓展。”

日本赚钱之神邱永汉曾经讲过，做生意要做到位，想法过于老套，且一成不变，现在是行不通的。直的不行，可以转变思维，用横的，横的再不行，然后可以采用逆向的思维。想法总是可以灵活变通的，要不断地进行各种试验，这才是做生意长久发展之道。

温州人不但可以灵活地应变，而且还可以秉承正当的原则，从不投机取巧，这就是温州人可以发展壮大的另一个重要原因。



经商小语

道可道，经营非常道。企业经营像打牌一样，什么时候要出什么牌很重要。主要是原则性与灵活性相结合。

——报喜鸟集团董事长 吴志泽

乐业敬业，求实务实

人生的真正价值在于创业、敬业、乐业，这是人生重要的组成部分，也是人生可以得到快乐、幸福的关键。温州人身上都具有一种创业精神，这种精神似乎是与生俱来的。他们不管经营任何行业，都非常地敬业和乐业，这一点是被所有人公认的。敬业乐业，是温州人的立业之本，也是他们为人处世的原则。敬业是可以实现事业的前提。一个人只有对自己的事业存有敬畏，才会怀有极大的热情去工作，开拓前进，不断进取，不断创新，最终实现自己的理想。

荀子曾说：“百事之成也，必在敬之；其败也，必在慢之。”如果一个人对自己的工作总是马马虎虎，得过且过，其事业可以取得成功倒是一件新鲜事呢。敬业的人士都是忠于职守，兢兢业业、勤勤恳恳地做好自己的本职工作，把自己的全部精力投入到自己的事业当中。那些疏忽自己的职业的人，不仅是失职，也是一种缺少职业道德的体现。敬业的人，一般都是非常专心的。专心就是一门心思用在事业中。朱熹说：“敬业者，专心致志，以事其业也。”假如一个人总是

得过且过，这山望着那山高，不将自己全部的精力投入到工作之中，其结果常常是事倍功半。

敬业者除了专心以外，还必须具有诚心、细心。诚心就是诚心实意将心扑在工作上；细心就是严谨、认真对待工作。那些三天打鱼、两天晒网，虚度年华的人，根本就不可能将事业干成。敬业的人一般都非常乐业。乐业就是发自内心地热爱自己所从事的职业。热爱是事业的精神，爱心是事业发展的灵魂。

不管从事什么样的职业，只要尽心竭力就一定能取得成功。温州人除了具有敬业乐业的精神以外，他们还有一个安身立命的法则，这就是求实和务实。

温州开始只是一个滨海的小城，如今已发展成一个现代化的大都市，富甲一方，最为关键的原因就是温州人的务实求实。温州人从不空谈假想，也从不好大喜功，而是踏踏实实，从小处着手，一步一个脚印地、不断地积累壮大自己的事业。正因为温州人这种求真务实的品质，才在温州产生了“中国名牌”产品“康奈”、“红蜻蜓”、“康泉”和“奥康”；打造了“中国鞋都”、“中国服装之都”、“中国电器之都”……奠定了中国地区轻工业市场的重要位置。温州人不管从事什么样的行业，都注重结合现实。他们求真务实，不唯书，不唯上，不贪慕虚荣，从不吹牛，不说无源之话，从不浮夸，而是将自己的精力放到办实事，说真话上面。务实、求实是他们人生目标的基石。

古人云：“有名无实，天下之大患也”、“无实之名，祸之门也”、“名过实者有殃”，由此可知，不根据实际情况，弄虚作假，注定是要失败的。当然，为人处世最为重要的原则就是笃实。笃实是一个人立业的根本，也是可以接纳社会之道。笃实的人与那些夸夸其谈的人有着鲜明的反差，前者言必行、行必果，话很少但是做得多，实事求是，不爱慕虚荣；后者一般都是只说不做，或者是话多胜过于做事，爱慕虚荣。“欲当大任，必是驾实”，一个人要想获得成功，必须具有求真务实的品质，否则理想再远大，也只不过是一种空想，甚至半途而废。一次实际的付出胜过十次的信誓旦旦；勇于实践胜过浮夸连篇；十个能说的，不如一个能干的；畅谈的空中楼阁，不如自己亲手造就的茅屋。空谈误国，实干兴邦；以实为本，利国利己。一个人不管是如何赚取金钱，最忌讳有名而无实、言过其实、华而不实。

实事求是，务实求实，是我们中国的光荣传统。也是商人不可或缺的品质，一个真抓实干的人，才能脚踏实地地干出一番事业。



经商小语

脚踏实地，一步一个脚印地干工作才是最重要的。

——奥康董事长 王振滔

热心公益，报效桑梓

温州人处世哲学中重要的一点就是广结善缘，也就是非常广泛地结交朋友，善于争取别人的支持和帮助。在芸芸众生之中，在人生道路之上，不知道你与多少人是相识的。人与人之间的相识是一种缘分，千万要珍惜这样的缘分。

人与自然界的其他生物有着不同的社会性，因而社会交往成为人们沟通的桥梁。一个人如果没有得到别人的支持和帮助，根本没有办法做成事情。“一个篱笆三个桩，一个好汉三个帮”，所说的就是这样的道理，可见，广结善缘对于人们事业的发展是多么的重要。孤掌难鸣，独木难成林，无论是多么有本事的人，如果没有得到别人的帮助，也很难获得成功。

成就人才，造就事业就必须依靠广结善缘，经商做生意更加需要依托广结善缘。无论相遇的时间是多么的短暂，千万不要轻视，这有可能会给你带来意想不到的收获。古人云：“达者千人缘。”意思是说，能够洞察世事的人，就能广交朋友，也有非常多的人乐意与他交朋友；反之，没有人缘，自然也没有人乐意与其交往。要想获得一个好人缘就必须与人为善，特别是在自己身边的人犯了错的时候，要善意、热情地给予他们帮助。与人为善是一个人对别人诚恳、信任的态度，也是一个合乎道德标准的人的准则。它通常表现在乐于助人，见到别人的成绩、进步时非常的认同，见贤思齐；如果见到别人出现的过失和错误，就善意地伸出援助之手，从互助的意愿出发，与他人共同进步。

广结善缘，最为关键的就是一个善字。只有心中常怀善念，才能广结善缘。

生意人除了培养很好的人缘以外，还必须心中有一颗感恩他人的心。自己要总结成功的原因，成功离不开家人和朋友的帮助，甚至帮助别人。帮助别人不求回报；得到帮助学会感恩，这不但可以体现一个人的道德水平，而且是难得的行为准则。有些人发了财，因此而看不起别人，这种人过于肤浅。他没有深刻地想一想，自己是如何获得财富的，这当中是否得到别人的帮助。得到别人的提点，就要在内心中牢记，并且用不同的方式报答。在我国第一部诗集《诗经》中有这样的诗句：“投我以桃，报之以李”，要学会感恩，学会回报社会。

温州正泰公司在创业的初级阶段，南存辉曾经到上海聘请了两位退休的工程师帮助研发产品。10多年过去了，两个老人已经完成工作在家安度晚年。但南存辉并没有将他们忘记，每次去上海都会去看望他们，问寒问暖，带上礼物，以表心意，有一年拜访竟有13次之多。让老人深受感动：“南董看望我的次数要比我的儿子还要多。”正泰公司在庆祝成立十周年的时候，南存辉还特意将这些老人请来。当得知有一位老人与子女去了巴西，立即发传真，寄去往返3000美元的路费，请老人回来。在庆典上，他亲自给老人们佩戴红花。时隔不久，有一位老人在上海去世，南存辉停下手中的事情，直飞上海参加追悼会……那种“急功近利”、“忘恩负义”、“过河拆桥”的小人，在需要得到别人帮助的时候，心情很急切，心中也怀有感激，什么样的好话都会说，但是时间一长，就将所有的事情忘得一干二净，这种人是不会有长久发展的。

“滴水之恩，涌泉相报”。感激别人的方式有很多种，有对个人的，也有对国家的。“致富思源，富而思进”，温州就有这样一位企业家，自己出资在北京媒体上刊登大幅的广告，对党和国家改革开放政策表示感谢。

在2002年3月3日，《中华工商时报》用大幅的篇幅刊登了《感谢》广告。广告的主要内容是：感谢党的在三中全会以来的路线、方针、政策；感谢改革开放；感谢国家为非公有制经济创造良好的条件；感谢政府和社会各界对非公有制经济的支持与关心。署名为：温州市亚华物资贸易有限公司董事长陈伟。这不是为了吸引别人的眼球，而是说出了温州人朴实的心声。广告登出的那一天，《中华工商时报》的记者对陈伟进行了专访，在第二天专访的文章中，陈伟说出了刊登这则《感谢》广告的原因：想通过媒体表达一下温州人对党和国家的

感激之情。

据该报报道，陈伟说，自己从一个农民步入大学，之后成为机关干部，最后成为年轻的企业家；企业从无到有，从小到大，都离不开社会的支持和帮助。他说，因为他是改革开放和“非公有制经济是社会主义市场经济的重要组成部分”的最大受益者，而这些，离不开党和政府推出改革开放的方针政策。没有这些，就没有百花齐放的非公有制企业，也不能将温州建成如此辉煌的城市。陈伟之所以这样做，不仅是表达个人的情感，同时也道出了很多温州老板的心声。

温州侨胞胡绍光，在知道家乡修路缺少资金的时候，托人将 20 万元的现金送到乡捐资办公室，要表示自己的爱心，并表示愿意出资 50 万元，分批交款。在胡先生的带领下，全乡仅在 1 个月内就筹措到 110 多万元资金。胡绍光先生说，以前家里穷，是党的政策让他们走出了国门，给家乡建设捐点钱不是大事。据了解，胡绍光在最近 10 年里，为家乡造桥修路、建校、救灾等公益事业捐款额超过 200 万元。

旅荷温州华侨朱庆局携妻回家乡看望年迈的母亲时，得知乡里面投资新项目缺少资金，他二话不说就答应出资帮助。他说，这只是为家乡出一点小力而已。从 20 世纪 80 年代开始，朱先生非常积极地帮助家乡建设，修路修桥、扶贫助困，为老乡办了不少好事。据不完全统计，他已经花费将近 200 万元帮助家乡建设。面对故乡的亲人，朱先生只用了四句诗表达自己的情感：“异国终须别，故乡更温存。树虽高千丈，叶落总归根。”

知恩图报，是中华民族的传统美德，无论是古代人还是现代人，都应该牢记这样的美德。生意人也应该有这样的美德。



经商小语

义利兼顾，无论是做企业还是做人，无论是企业做大和做小，都要讲良心。企业和个人是相互的，有付出就有回报，我相信因果关系。

——中国神力集团董事长 郑胜涛





乐善好施献爱心

温州人一直秉承中华传统美德，扶贫济困，奉献爱心，乐善好施。中国“十大杰出青年”、浙江圣雄集团有限公司董事长、总经理林圣雄先生，就是一个非常热心公益的人。

多年来，林圣雄先生为我国各类慈善捐款额超过 3600 万元。据中国青少年发展基金会负责人介绍，到目前为止，林圣雄先生是个人中为希望工程捐款最多的。林圣雄先生是全国青联委员、温州市及浙江省人大代表，而以前是温州平阳县腾蛟镇村中非常普通的青年农民，一直在全国各地承包井巷水利交通建设的业务，经过 10 余年的打拼，2000 年组建了“浙江圣雄集团”。林圣雄在经商盈利的过程中，还积极参与慈善事业，他多次捐款，在温州乃至全国建立多所希望小学，设立圣雄奖学、助学、奖教基金和兴办公益事业。

据有关媒体报道，林圣雄先生目前已经援建了 60 所“圣雄希望小学”。林圣雄先生说：“希望工程是一项善举，是百年树人的好事，我愿意为我们的教育事业和希望工程添砖加瓦，让广大农村孩子上得起学，而且培养造就一流的人才，这是我人生中最需要做的事情。”美不美，家乡水；亲不亲，故乡人，160 万在外打拼创业的温州人，勤劳致富，在为当地的经济建设出力的同时，也不忘支援家乡，许多人都为家乡出资修路。侨居海外的温州人也没有忘记故乡的父老，经常为家乡的基础设施建设出力，或者为家乡的公益事业献上自己一片爱心。

温州人因为经商有道而闻名，因此有人将他们叫作“中国的犹太人”。但温州人却不是“守财奴”，他们非常同情那些贫困的人，经常是雪中送炭，慷慨解囊，救人于危难之中。但温州人乐善好施、乐于助人的举动很少被人知道，因为他们总是低调行事。生命是有限的，而事业是无限的；金钱可以衡量，真情无法称重。庸俗的人只会用自己的时间去追逐那些空洞的物质财富，而成为金钱的奴隶；高尚的人则是以高尚的品格创造财富，而又以此帮助更多的人谋求发展之路，他们讲究创造、讲究奉献、讲究付出、讲究给予，这种助人为乐、慷慨大方

的高尚品格，是中华民族优秀品德的体现。

新疆喀什巴楚、伽师两县曾经发生非常严重的地震，新疆温州商会在得知这个消息以后，在当地报纸上发出倡议书，倡议在新疆经商的温州人伸出援手，帮助喀什灾区人民渡过难关。新疆温州商会的三位主要负责人马上组织了捐款活动，捐赠了大量的救灾物资以及 1 万元现金。而其中商会名誉会长钱金耐捐助了 15 万元的物资，商会的执行常务副会长廖建国捐献出了 100 万元的鞋子，商会常务副会长博必华捐献现金 1 万元，他们采用各种途径，将这些物资运往灾区。新疆温州商会的倡议书出现报端，许多在疆的温州人纷纷来电，表示尽自己所能，向巴楚、伽师灾民奉献爱心。

温州人不但具有赚钱的头脑，而且具有非常强的社会公德心，为社会做出一份贡献，让更多的人体会温暖，这就是温州人的经商道德。



经商小语

利人为利己的根基。在商业经营上，如果老是为自己着想，而不顾及他人，利也就可能随之“飞”了。

——著名财经人士 梁宪初

为人低调，淡泊名利

在谈论我国各地人们性格的时候会听到：“北京人有 100 元，会说成 200 元；上海人有 200 元，则说成 100 元；而温州人，永远不知道自己有多少钱。”的确，温州人从来都不是那种露富的人，不张扬，保持低调，是温州人的一种处世品格。“多谢啦！其实我们什么也没有做，不需要这样的宣传，请原谅。”相信很多媒体记者，可能都遇到过这种采访的尴尬。“螳螂捕蝉，黄雀在后”，是很多温州老板深沉的一面。他们从不张扬，运筹帷幄，特别是在公开场合，从来不会亲自出马。

浙江新潮集团，因为取得上海磁浮列车冠名权而一举成名，可以说在一夜之





间扬名海外，但有如此大动作的新湖集团的幕后推手——黄伟，却总是远离公众的视线。黄伟早年毕业于温州师范学院，后分配到温州市委党校工作。

1990年，黄伟下海经商，在杭州国际大厦租柜台做眼镜生意，从中得到人生的第一桶金。1991年前后，随着我国资本市场的开放，他将眼光投入到股票市场，黄伟用卖眼镜赚的2万多块钱，在上海果断买入了800多张认购证。这笔投资为黄伟带来了800多万元的原始资本，之后他开始在股市的一级市场活动，哪里发行新股，哪里就会看见他。随后，凭借资金的雄厚，黄伟在资本市场获得了巨大的成功。1997年，黄伟开始将资金投入到了房地产等实业上面。黄伟个人到底有多少资产？即使是新湖高层也没有人得知，不过，可以从他的控股情况上，猜测出一些情况。

据了解，新湖集团目前的总资产不低于20亿元，其控股的企业包括新湖房地产等20多个房地产公司，还包括宁波昌达贸易有限公司、浙江石化工贸公司、浙江天地期货经纪公司等近10家实业公司。上述所讲的公司相互控股。因此，想了解黄伟的实际资产是非常的困难。据悉，新湖地产在建、已建的房产超过500万平方米，而其他公司运作资金在四五十个亿左右。黄伟身价几何，我们可以看出一些端倪。

然而，就是这样一位富豪，处事非常的低调。比如说他总是不出风头，董事长名从来不挂，有豪华的汽车不坐，自己打的或是步行上班。据透露，年过四十的黄伟不吸烟、不喝酒，最喜欢的活动就是下围棋和打羽毛球。黄伟最大的优点就是非常会用人，据介绍，“新湖”旗下的高层都出自于政府机关。虽然黄伟很少出现在公众视线，但是近年新湖的每个大动作，都是他在幕后操作的。而且，根据有关人士估计，爆炒磁浮列车冠名权的事情，又是这位“推手”所酝酿的巨大的资本运作。

常言讲：人往高处走，水往低处流。但经商的道路中，却不一定是这样的，采取低姿态并不会会有损害，居高临下一般都没有仰视看得清楚。大家知道，在古代，钱币又被叫作“泉”，如“泉布”、泉宝等，《汉书》云：“故货，宝于金，利于刀，流于泉”，取名于水泉，其流行无不遍。泉源不竭，流布四海，非常形象地说明了货币在商品流通中的流动性，金钱就像是泉水，由高处往低处

流。也正是这样，有涵养、稳重，放下自己的架子、低姿态的人，金钱才会源源不断地流过去。

我国古代伟大的思想家老子曾经说过：“江海所以能为百谷王者，以其善下之。”意思是说，江海之所以能成为一切小河流的领袖，就是因为它善于处在一切小河流的下游。人，也应当如此，尤其是商人，不更应该这样做吗？



经商小语

傲慢自大和充满野心对企业和个人都是致命的。自大和自信有明显的区别。拥有正当的自信会在竞争中获胜，判断是否自信的标准是有没有勇气敞开胸怀，只要是有意义的变动和新的思想都能够接受，不论它来源于何处，自信的人敢于面对别人观点的挑战。

——通用电气公司历史上最年轻的董事长和首席执行官 杰克·韦尔奇

为长远利益宁可吃亏

菲尔·耐特是美国耐克公司创始人，他曾经说过：“有时候，能吃亏就是福，会忍退就是成功。”许多的温州商人都熟知这个道理。

有一位姓刘的温州商人，在陕西铜川成立了一家机电设备公司。

有一次，有一位老客户前来购买电器配件，但是非常的遗憾，刘老板搜罗了所有的库存货物，但是还是没有找到需要的配件。但是，这位客户的厂子急用，但是因为拿不出来这样的配件，他所在的企业就必须停工，而停工一天就会损失5万多元。

看到客户如此的着急，刘老板一边不断地安慰客户，一边承诺：一定在一天之内将货找到。

客户刚走，刘老板亲自到西安去找供货商，但是西安也没有货，没办法，他只好坐飞机到杭州，然后再坐车连夜回温州。

一这样折腾，已经是将近凌晨了，刘老板没有顾上吃饭，又到温州联系厂家，最后，在联系多个厂家以后，他终于将那个配件找到了。



拿到电器配件后，刘老板又坐飞机回到公司，自己连家都没有回。

第二天，他将货物准时交到客人的手里，客人感动得说不出话来。

但是，这次生意的生意对他来讲，可是一个赔钱的买卖，因为这个配件才 300 元，利润也就 30 元，而刘老板来回奔波花了将近 3000 元。

从利润的角度讲，刘老板确实是亏损的，但是他却得到了这个客户的信任。第二天，客户所在的企业就送来了一块匾，而且当地的媒体宣传了这件事，宣传他这种一心为客户着想的精神。

就这样，刘老板的事情在业界广泛的流传，刘老板的生意也越来越兴旺，所得的利润自然要比花费的钱多出很多。

上海安信地板有限公司的董事长卢伟光是一个敢于吃亏的人，凭借自己敏锐的市场眼光，卢伟光用“不计较眼前的利益”换回了长远的利益。

2001 年，卢伟光在巴西做了一次很吃亏的生意。这件事在别人眼里简直不可思议，但是卢伟光却有自己的想法。

“我早就知道亚马孙丛林丰富的木材资源，那些木头是有生命的。”卢伟光说。为了木头，卢伟光还真是费了不少心血。2001 年春节前夕，因为市场预期较好，很多亚洲商人都增加了木材的订货量。但按照传统的习俗，绝大部分装修工程都会停一阵工，没人买货，这样，商家手中的资金非常有限。

但是，就在这个时候，印尼盾价格暴跌，1 美元以前可以兑换 8500 印尼盾，但是现在 1 美元可以兑换 13 000 印尼盾，很多供货商都转向了印尼采购木材，也就停止了巴西的采购。

当时的卢伟光也难以决断：如果按照原来合同中的规定将货款打过去，自然可以赢得巴西人的青睐，今后可能获得更加优惠的价格，但贷款利率和汇率损失的总和，可能会使自己亏损将近 1700 多万元，这相当于卢光伟一年的利润；可是如果撕毁合约，自己在这 3 年之中建立的巴西供货渠道就消失了。

怎么办呢？做这样的选择太难了。

当时的卢伟光有自己非常独特的远见，未来两三年中国的建筑市场会有发展，自己还是有将这笔亏损的钱赚回来的机会。尽管卢伟光不知道需要多长时间才能将这笔损失弥补回来，但他还是同意将钱打到对方的账户。

“我平时是不会向别人借钱的，但那个时候资金非常的紧张，我叫我太太和我弟弟飞回温州，他们一天之内给我借到了 100 万元，用一个麻袋送上飞机，运到上海，按照合约付清了木材款。”他说。

卢伟光认为，就像是树林的树木一样，一年长一个轮儿，很多事物都是有周期性的。这是该做的事，这钱是应该亏的。中国的房地产处于高速发展的阶段，今后两三年只会维持增长的态势，这个亏损的成本我可以承担。

这件事情过后，卢伟光的损失接近 1500 万元，但是“上海安信讲信用”的消息很快传遍了巴西商界。卢伟光的友善、真诚获得了应有的回报，100 多家原木锯材厂与他建立了生意意向，甚至当地的印第安人也非常钦佩他。卢伟光在回想自己当时做出决定的时候，感慨地说：“现在回顾以前，我非常的幸运，因为当年绝大部分商人为了挽回损失而违约。而我，不仅仅是为供货商提供了货款，而且在商界得到一个非常好的声誉，其他的供货商也倾向于为我供货。”

他的妻子，安信公司的董事陈洁说道：“伟光认为，信誉是立业的基石，钱并不是很重要。他一般不会太计较价格，他只在乎货物的数量与质量，我说过他不少次！不过，人家觉得他傻，才安心和他合作的。”

是的，在生意场上，有时糊涂可能好一些，不要过于计较。许多人不想和精明的商人做生意，因为他们害怕上当，会吃亏，如果你是一个不在乎眼前利益，而重视长远发展的人，人们都喜欢和你一起工作。

在这个市场经济环境下，商业经营活动事实上是脑力的斗争、谋略的较量。而眼前的吃亏可能就是一种深谋远虑。商业上讲，“钓鱼需长线，有赔也有赚”。对于生意场上的盈亏，企业家们应该向远处看，如果只顾眼前的利益，那失去的就是长远的利益。



经商小语

在生意场上要考虑风险，但没有怕这个字。前期的工作没问题，执行到位，没有不可以上的项目，能保持牛犊的精神当然是好事了。

——浙福边贸水产城董事长 许文树



采用人性化的管理

作为企业管理者，你可能希望每个员工都非常的勤奋，上班 8 小时能干出 16 小时的活来，在节假日也不休息，非常积极地加班。然而，对于员工来讲，工作并不是他们生活的全部。员工首先是谋求自我发展和自我价值的个体，然后才是一个从事某项工作的职员。他们更愿意在工作之中体现自我价值、实现理想，而不喜欢所有的事情都处在监督之中、被人安排之下。

当今，管理者们一直在讨论如何管理员工才能更有效的问题，人性化管理这个词汇使用的次数越来越多。人性化管理，作为在人性与制度管理之间的一种管理方法，得到越来越多的企业管理者的推崇，一批懂管理、有人情味、有亲和力的管理者受到员工的青睐。这种可以给企业和员工都带来福利的管理方式，让越来越多的企业管理者对人性化管理发出了呼唤的声音，人性化管理，已经成为一种最有生命力的企业管理方法。

“九牧王”商标被授予“中国驰名商标”，产品被评为“中国名牌”。该团队的负责人林聪颖，只用了 16 年的时间，从创业时只有 7.2 万元现金，十余名员工的小作坊发展成为国内知名的服装企业，公司主导产品“九牧王”西裤连续 5 年在西裤业的综合排名中保持占有率排名第一的位置。“九牧王”凭借什么取得这样辉煌的成就呢？

林聪颖认为这归功于企业的“人性化”管理，首先是对质量的把关，对消费者负责。林聪颖对员工说得最多的一句话就是：“不是我给你们发工资，而是消费者，你们的每一针、每一线，都要对消费者负责。”为了让产品更加接近消费者的需求，在 1989 年公司刚刚创立时，林聪颖就找到不同体型的人来试穿西裤，直到找到最符合大众的标准数据为止。

与此同时，公司还区分了南北人体型的差距，成立专门的研发组，根据不同人的体型对西裤的腰身和裤身进行适当的调整。

随着公司的壮大，“九牧王”的分公司以及办事处已经遍及了全国各大中小城市，其庞大的销售网络为公司提供了更多有利于发展的信息。每天都会有大量

的市场信息从四面八方传到总部，研发部门根据市场的要求设计新的产品。

现在，“九牧王”的每一个款式都融合第一线的市场信息，为了防止仿冒产品，林聪颖每年都会做出公司产品工艺与设计的改进。

林聪颖说：“中国企业的硬件未必比外国企业差，差就差在软件上。”中国企业要想走向国际市场，关键就在于管理之中。这种变革最突出的体现就在于“九牧王”对于产品的“人性化”管理。

1994年，企业第一次带领全体员工到武夷山旅游，作为一种公司鼓励。如今，公司每年都会组织员工免费的旅游，甚至包括清洁工，不分级别，只看在公司工作的年限。现在，公司已经把旅游作为一种特定的鼓励措施。

林聪颖经常说：“公司如果钱没有了，可以向银行借，但如果人才没有了，上哪里去找？”正是因为这样的关心员工，2006年2月27日，九牧王公司才得以成为“2005感动员工十佳”首位。

“九牧王”采用的善待员工、鼓励人才的管理模式，成为温州企业改善员工的办公环境、吸引人才的典型案例。

管理之中包含着无穷的智慧，管得严并不一定有作用，采用“人性化”的管理方式才能大大提高员工的忠诚度。这样的管理方式，是值得大家学习和借鉴的。



经商小语

优秀的领导者不会让员工觉得他在管人。

——通用电气公司原总裁 杰克·韦尔奇

敢于舍弃方能有大收获

温州商人经常说这样的话：当社会上有太多的聪明人的时候，那赚钱往往就是“傻子”了。

曾经有一个温州的小伙子，他要到深圳推销一种高级上光清洁剂。当时，同



类产品已经占据了深圳的主要市场，市场已经没有份额了，这位普普通通的打工者要想在深圳打开局面，找到立足之地，推销产品，更是难上加难。

这个小伙子经过深思熟虑，决定从“自己先要当傻子”开始。

一天，他对深圳一家非常有名气的宾馆的老板说，他可以帮助宾馆做一次免费的保洁。老板就像是看傻子一样看着他，在听完产品介绍以后，才决定把准备接待客人的大厅与 60 个房间交给他，并规定必须在 2 天内完成，因为 2 天后，有一个预订客户的重要会议要在这里举行。

结果，小伙子用了 20 盒上光清洁剂，将客房与会议大厅布置得焕然一新，并有淡淡的清香。

会议圆满地结束了，宾馆的留言簿上有很多感言，原来，与会人员对宾馆的环境非常满意，留言感谢。

会后的第三天，宾馆负责人找到了这个小伙子。

老板说：“年轻人，你帮助我赢得了下一项的接待业务，更为我们宾馆树立了良好的形象，这 2000 元当作是清洁费用，剩下的货我全要了。”

说着，老板又将几个同行的名片掏了出来：“这些都是向我取经的同行，我已经将你推荐给他们了。”

就这样，这个年轻的温州小伙子，非常容易地打开了深圳市场的大门，并趁势而进，如鱼得水，占领了市场很大的份额。

过了几年，这个温州打工仔成了一个企业家。

上面提到的小伙子非常的普通，他的身上却有着温州人独有的精明。他的精明就在于以小谋大，为了长远利益而吃亏。像这个小伙子一样精明的温州人非常多。许多温州的创业者，之所以可以干成事业，就是在他们创业的初期“以小谋大，舍小谋大”，通过舍弃眼前的小利，薄利多销，不断积累；通过舍弃微薄的利润，赢得更多的客户，做一个大市场；而做成大的市场后，财富自然会源源不断！

舍小谋大，不仅仅是一种豁达，也是一种智慧。温州人不但可以“以小见大、以小搏大”，而且懂得取舍，并且将“舍小谋大”的信念用到做人、做事、做产业里面。在做人的时候，温州人通过这种方式，获得合作方的信任，让自己

拥有更多的机会；在做事情方面，温州人“舍小谋大”将产品的质量提高，拥有自己的品牌；在做产业方面，温州人同样懂得如何“舍小谋大”，总是从细微之处着手，做到最精，从而把“小产品”做成大企业，并且做成知名企业。

做到小中见大并不是很难，但是可以将看似普通的事情做大，却是很难做到的。更重要、更难能可贵的是，温州人能将非常小的物品做得全球驰名。

1969年，年满18岁的叶克林、叶克春兄弟俩到云南弹棉花。在为百货公司和供销社弹棉花的时候发现，那些花花绿绿非常不起眼的纽扣非常畅销。

后来兄弟俩在外地一家纽扣厂将被人家丢弃的纽扣次品带回了桥头，尝试出售。没想到，才花了半天的功夫纽扣就卖光了。于是，兄弟俩就将弹棉花的生意放弃掉，在别的地方贩卖纽扣，摆起了纽扣摊。

生意非常的红火，引起了很多的邻居效仿，当地纽扣摊位迅速扩展。后来，桥头地区成为非常驰名的纽扣交易中心，香港的《文汇报》就将这里称为“东方第一纽扣市潮”。

这种可以称为传奇的故事在温州还有很多，针头线脑、剪刀菜刀等，这些都是非常不起眼的生意，挣的利润非常的微薄，温州人正是从这一点一滴开始，稳扎稳打，逐渐积累资本，非常稳健地走上了致富之路。

温州人老宋的经商故事也是一个例证，他经商多年，深刻的知道生意人的“口碑”的重要性，这些都是从“舍”而来的。

在老宋23岁的时候，他来到四川做生意，那时就是地道的小摊贩，每斤米的利润只有几分钱，晚上收摊数钱时都是几角几分的。但是给别人称米时，总是很实惠，并且还会给米袋中加一把。进了新货，他会送给犹豫的大娘一两斤尝一尝。米价上涨，他总是晚几天再涨。

他从不把做生意的邻里当作是竞争对手，不管生意的大小，他坚持以钱易货，从不拖欠供销商的货款，每次卖完货，他就会非常急切把钱给人送过去……久而久之，他的信誉起来了，也有非常好的口碑。

就这样，老宋的客户越来越多，乐意与他做生意的人也越来越多，生意也就越做越大。

温州人可以以小见大、小中谋大的这种经商智慧是非常难得的。现代社会已





经进入了薄利时代，那种突然而来的商机越来越少，这就需要商家从小处着眼，改进产品和服务。还有就是以真诚的态度，取得顾客的信赖。正如一些成功人士说的那样，做生意，最忌讳鼠目寸光，只算小账，而不顾长远。只有善于积累、集小而成大，才会获得买卖上的兴旺，企业才能做大做强。



经商小语

有时你看的一件很吃亏的事，以后会变成非常有利的事

第2章

能赚钱有面子，金钱意识非同凡响

普通人都曾对金钱有过极大的欲望，每个人都想凭借自己的努力变得更加富有。但是，很少有人像温州人那样，将赚钱的思想植根于大脑之中，他们的金钱意识已经与血脉相连，无论是任何时候，任何地点，他们都会以最敏感的神经去寻找商机，寻找财富的气息。

将经商赚钱作为一种乐趣

温州人将赚钱作为一种快乐，通过自己的努力赚到钱而获得满足感和成就感。

温州人认为：快乐原则是人们活动的最高准则，所有生活活动都以快乐为原则进行繁衍。商人是最会赚钱的人，他之所以会赚钱，因为赚钱可以给人带来快乐。

洛克菲勒曾经讲过这样的话：“我曾经穷过，我也曾富过，听我一句话：富比穷好！”

既然钱可以给我们带来收益和快乐，那我们为什么不展开行动呢？

赚钱所产生的快乐，并不是单一获得财富的快乐，而且在赚钱的过程中，证明了自己的能力，实现了自我的价值。何况，在经商过程中奋斗，本身也是快乐的，就如同有些人喜欢下棋，有些人喜欢慢跑，下棋下得废寝忘食，跑步跑得气喘吁吁，旁人觉得他们非常累，而他们却乐在其中。各人的苦乐，只有自己才能体会。很多时候，在工作的过程中也会活得快乐，智力与体力的付出，其实也是一种享受。

要赚钱就需要“厚脸皮”。温州人为什么会有这样的“厚脸皮”呢？一是他们已经在很久以前就突破了面子问题；二是他们发自内心的自信，虽然失败的次数非常多，但内心之中有必定成功的信念；三是他们那种不达目的不服输的精神；四是在获得成功以后自己内心的成就感的激励，也就是赚到钱以后的一种欣喜。

温州人会赚钱，温州民间积聚着大量的资本，央行温州中心支行在调查之后发现，截至 2003 年底，温州全市银行的存款总额高达 1800 多亿元，同时，据多家机构分析，温州居民手里应该还有 1000 亿元的现金。这两个数据相加高达 2800 多亿元，而当中最为重要的部分属于民营企业。

追逐利益是资本的天性，驱赶着温州人在各个行业追逐着利润，炒房团、炒煤团只是产业跨区域投资的一部分，可以预见，消费方式的转变升级，会使温州

资金流向更广泛的领域。

在温州人的心目中，职业并不分高低贵贱，最重要的就是能否赚到钱。正因为如此，温州人才得以勇闯四方，占据了很多外地人没有关注到的领域，不声不响地挖掘财富。

温州人一向主张自主、自立，每个人都抱定信念做老板，而且勇于冒险。他们不论干什么，都将做生意当成一种快乐，而且敢于生活，热爱生活，洒脱坚毅，从不失望。

温州人做生意，处处从小处着手。温州人务实苦干，只要可以赚到钱，温州人就会挖空心思学习，从不好高骛远，夜郎自大。

温州人赚钱，就以赚钱为乐趣，一步一个脚印，脚踏实地，一丝不苟，因此而容易获得成功。



经商小语

钱的作用不在于聚敛，而在于使用。

——李嘉诚

生存是赚钱的原动力，赚钱是目的

温州人心中的创业激情要超过我国任何的地方，在温州人眼中，只有自己创业，才能绝对体现自我价值。

对于经商有道的温州人来讲，有人开玩笑地说：“江浙一带本是水乡，但温州地势山高水远，与外界交通不便，自古以来民风彪悍。

温州人不甘于平凡，不甘于贫穷，他们心中有一种为了生存而赚钱的动力。其中，包括刚刚离开学校的学生，包括在外闯荡的手艺人，也包括刚刚放下锄头的农民；其中，可能有五六十岁的老人，也有不到二十岁的年轻人，有男人，也有女人。这可以算是温州的一个地区特点，在温州，我们可以看到很多的作坊工厂，看到很多的铺户店面，看到市场上更多的生意人。在温州，人们都想着如何



赚钱，这句话一点也不夸张。

阿微是一个温州普通女性，她创业的起始点在美丽的太原。校尉营是一条被叫作海鲜一条街的街道，在这里做海鲜餐馆生意的都是温州人。“阿微海鲜馆”就是这条街第一家海鲜餐馆，餐馆的名字就是这个温州女人的名字。在海鲜馆里，阿微平常围着一条围裙，像是一个厨师并不像老板，而这正是温州人的做派。

1989年，阿微只身来到太原，希望可以从北方谋求发展——因为他的老公做生意赔了不少钱，家里还欠下了高利贷。她与老公大吵了一架，一气之下便来到太原找弟弟。当时她弟弟在太原做小本的服装生意，也没赚到什么钱。阿微刚来时也没有带什么钱，只能摆一个小摊，卖一些鱼丸，阿微攒了一点钱。第二年，她用自己赚到的钱与弟弟开了一家餐馆，自己做起了老板。因为温州人在太原开饭馆很少，阿微的弟弟决定放弃服装生意改开餐馆。加上来吃饭的很多都是同乡，阿微的弟弟难免有虚荣心，不想让别人知道自己是厨子，因此炒菜的时候都打领结，炒完菜马上离开厨房，又是一副老板的模样。做姐姐的觉得这是光明正大的，为此经常劝弟弟。当时太原的餐馆还没有以海鲜为主材的，阿微开海鲜馆主要是为当地的温州人开的，后来温州人将做生意的山西朋友带过来，于是山西人也有了吃海鲜的习惯。海鲜馆的生意越来越好，4年后就将海鲜馆的招牌挂了出去。

阿微非常能干，心中也有远大的目标。她有着男孩子的性格，不爱哭，除了因为老公生意失败赔本那次以外，她就再也没哭过。直到现在她还是保持这样的习惯，又是老板又是厨子，充分体现温州人务实的一面。为了培养自己孩子的独立精神，阿微特意将自己的孩子带到温州来，让他学习经营，学会吃苦。阿微经常说这样的话：“是温州人，就要学会做生意。”

有人曾经讲过一个真实的故事：一次，他在美国遇到两个从国内来的女同学，一个是上海人，一个是温州人。他与这两位同学一直保持联系，在学校的时候，上海女孩就一直住在学校里，毕业后找了一份非常稳定的工作，下班以后，就是购物、逛街、去酒吧，每天过着白领的生活。而那个温州女孩在学校就一直是租房住，业余时间用来打工，积累一定资金以后，她就尝试做一些小生意，自

己当起了老板，不几年，她在美国就开了自己的店铺，并且拥有自己的房子。

对此，人们由衷地感慨，温州人在创业的时候什么苦都可以吃，什么脏活、累活都能干，总之能克服一切困难。在纽约，很多的温州商人都是白手起家，一点一点地积累。其实，吃苦耐劳精神就是温州人得以成功的内因。

自主创业，不怕吃苦，坚持务实，这些都成为温州人可以迎难而上，取得成功的关键，也是温州人在创业时与别人不同的地方。



经商小语

在一般情况下，金钱是非常有用的，但金钱的价值不会大于它在生产中的作用。如果它被迷信地认为是真正的财富的替代品，并因此受到崇拜，那么它的价值就完全失去了。

——美国福特汽车公司创始人 亨利·福特

有野心的人更能成就梦想

温州商人对于金钱观念的认识非常的现实，对于财富的积极态度是温州人可以顺利成功的重要原因。在温州民间，赚钱是人们的中心话题，不管是老人还是小孩。这种非常强烈的财富意识让温州人在不断变化的社会环境下成长，温州商人因此积累了更多的财富。另外，温州商人对于发财的野心是巨大的，温州商人强烈的赚钱欲望要超出现实，往往需要温州人打破自身的立足点，打破眼前的诸多束缚，所以，温州商人的赚钱野心伴随着温州人的牺牲精神和行动力量，这是其他地方的人所不具备的。

一位温州商人在谈论打工一族时说道：“如果你已经习惯了固定的程式化的工作，每日重复着上下班，任凭岁月消逝，而且安于现状，那你绝对成不了富翁。”不管温州人的观点是否正确，但至少阐述了一个道理：一个有赚钱野心的人，绝不以温饱为满足，一定要有赚更多钱的野心。有了这样的野心，再恶劣的天气，再艰苦的工作，都会心甘情愿的付出，而将赚钱形成一种习惯的时候，财



富自然是越来越多。

温州商人都有这样的野心，他们的创业欲望要比现实高很多，需要他们拼尽全力才能实现，有的时候要付出数十倍的努力。

1995 年，陈浩怀揣 20 万元现金来到上海，开办了一家规模不大的美容店，现在的他，已经在上海拥有了一家生物制药厂、一家化妆品厂、30 家美容院和一所美容美发职业培训学校，并在全国设立 30 多家连锁店，个人总资产超过 1 亿元。陈浩曾经说过这样的话：“一个人的梦想有多大，他的事业就会有多大。”所提到的梦想，只不过是野心的别名。温州商人一向是追大盯小，只要可以赚到钱，一分钱的生意也不会放过。温州生意人从不在乎自己干的是什么，也不计较生意的规模，只有一条信仰，可以赚钱就可以干，哪怕赚的钱很少，也会全力以赴。温州商人也追求高额的利润、产品大订单，但是，他们的经营眼光也放在小物品、小零件上，大小生意都不放过，这就是温州人的赚钱方式。

曾经畅销中国的爆米花机、擦鞋机、修鞋机这一类很实用的小机器，生产最早的不是东北工业基地，也不是具有商人传统的上海，而是在温州。温州商人的思路是大市场、小商品、标签、纽扣、小饰品、标牌、小玩具，这些都是平常人看起来非常小的东西，温州商人却将这些做成了一个巨大的规模，做成全国的市场，比如说永嘉县桥头镇的纽扣市场，其规模和影响都是非常巨大的。

1991 年，温州的林立人在第一次创业失败以后到深圳打工，但是，没有技术、没有学历的他在深圳很难找到工作。林立人回忆说：“我只能做老板，像我这样没有什么学历、没有什么专业技术的人，打工没人要，只好做老板。”于是，林立人开始寻找创业致富的办法，不久，他开始从事房屋中介，收取佣金。

当时的深圳，没有几家中介公司是正规的，于是，林立人便在香港注册了立业(香港)房地产开发公司，成为当时深圳民营第一家中介公司。公司一开张，生意非常火爆，公司十几个员工，业务非常多。

到了 1992 年，林立人已经积累了十几万元的资金，随着开设中介的公司越来越多，林立人开始将手伸向了其他领域。

从这个温州人的创业历程中可以得知，有一些拥资千万的温州人，都是为了摆脱贫穷的困境而奋发，最终获成功的。他们都经历过艰辛而困苦的日子，甚至

经历命运的捉弄与坎坷，但温州人善于发现生命的支撑点，及时调整自己的心态，坚强的承受着各种压力，并下定决心历经艰难险阻，战胜困难，创造出让人吃惊的奇迹。

温州的一位女富豪讲过：“信心和理想是商人追求幸福生活和成功的动力。人往高处走，不断向上是整个社会的趋势。只要你不驻足，一直向前，你的事业，你的生活，就会越做越好。”温州人无论年龄的大小，不管自己从事什么样的职业，不管是什么出身，都有一颗创业致富的野心，这也是温州商人成功的一个重要原因。



我向来认为自己最大的敌人就是满足，成功永远只是起点，而不是终点。

——日本直销大王 中岛薰

从小就有赚钱的志向

温州人从小就植根了赚钱的影子，温州很多知名的老板，在很早的时候就已经步入了社会，步入经商的道路。

在温州，大人不会随意地给孩子零用钱的，而是从小教育孩子钱要靠自己的劳动取得。上海亚龙投资集团公司董事长、上海金苹果双语学校董事长张文荣先生从小受到家庭良好教育的熏陶，为使他更透彻地了解社会，小时候祖父就让张文荣一个人卖冰棍，使他从中明白很多做人的道理，也培养了他坚韧不拔的品格。那一年张文荣读初一，夏天口渴，吵着想让爷爷买冰棍，爷爷并没有理会他，而是做了一天的木匠活，第二天爷爷拿出一个卖冰棍的箱子说道：要吃棒冰自己赚钱去买。张文荣深知爷爷的性子，肯定不会给他钱买冰棍的，就这样，张文荣自己批发卖起了冰棍，卖了一天，赚的钱可以够他吃一星期的冰棍。

此后，爷爷经常用“自己赚的钱自己花”、“自己才能养活自己”的话告诫他，让他在小的时候养成独立、经商的意识。在20世纪80年代初温州小作坊式

家庭生产开始产生，张文荣高中毕业以后就成为温州商人。他的第一桶金来自于贩卖“梦特娇”，当时的“梦特娇”非常抢手，张文荣得知广东某地有很便宜的“梦特娇”，便去进货，卖了三个月，赚了将近 10 万元。之后他又抓住日本本田摩托价格飞涨的机会，借助在黑龙江做生意的契机购置了 300 多辆本田摩托，然后转销到温州，每辆车获利 1 万多元，又是收获颇丰。

这样，才 21 岁的张文荣就已经赚到了人生的第一个百万，完成了最初的资本积累，为以后的事业发展奠定了基础。

纽约皇后区的法拉盛是华商聚集的地方，在诸多华商创业者中，温州人的表现最为突出。据当地华文报纸报道，温州人张利在 1992 年时来到纽约，他做过很多小生意，也帮过制衣厂送衣服，最后他在闹市区开了一家食品店。这家店开张以后，生意红火，顾客盈门。对此，张利讲道：“从小时候就知道赚钱、做生意，这就是我们温州特有的一种传统。”



经商小语

深深地体会到了人间的冷暖，很多别人没干过的活儿我干了，别人没吃过的苦我都吃过了。

——奥康集团董事长 王振滔

赚钱源于强烈的欲望

温州商人对金钱有着极大的欲望，有位温州商人曾经这样说：“强烈的赚钱欲望是人们获得财富的第一要素。如果一个人每日都在虚度光阴，无所事事，自己从来都不思考自己的步伐如何向前，注定一生都是碌碌无为，更不要说是出人头地了。”温州人在一起最多的话题就是：做什么最赚钱。

温州商人非常的现实。赚钱是温州商人创业做生意的最终目的，这也是温州人实现自己人生价值的重要内容之一，强烈的赚钱欲望也是温州人在经商之中得以成功的重要原因。温州人从不掩饰内心中对财富的渴望以及追求财富的热情。

“不赚钱，毋宁死。”这就说明了温州人对财富的向往是多么的执着，对于极度追求财富的温州商人，有人曾经笑谈：“温州商人是青蛙，在水里会叫，在岸上会跳。”

温州乐清人吴云前，17岁的时候一个人来到大连，20年以后，他已经成为大连当地非常有名的百年城集团的领导人。在大连，这个温州青年创造了一个商业奇迹，已经成为年轻人创业的楷模，在商界之中广为流传。

吴云前回忆道：“我并没有什么商业秘诀，但是我的心中一直有一个目标！”这些年在大连经商，赚了不少钱，也遇到不少的困难，但他说，温州商人经商一直坚定一个信念：不担心亏钱，就怕不做！因为赔了还可以再赚，而停了就没有办法再赚回来。

吴云前说：“温州商人从来不认为生意小，纽扣很小，打火机也很小，但是温州商人却将这些微小的商品做大做强。”他经营过服装店，做过纺织品贸易，从事过餐饮、服装，现在经营房地产公司。这些年来他经营过多种行业，他在熟悉一个行业以后，突然又开始进入一个新的行业，心中一直保持着赚钱的欲望。

这个精明的商人做大的优点就是勇于尝试，勇于冒险，最大的证明就是进入大连的商业地产业。在大连，商业地产曾经一度是大连投资产业中的热点，业内人士曾经这样讲过大连地产“存在局部过热的问题”的时候，吴云前并没有退缩，依然从事这个行业。

吴云前选择的地点是竞争最为激烈的青泥洼桥，开始开发第一个项目——百年城。“当我们发现很多的知名国际品牌找不到合适的落脚点的时候，将专卖店开到非常富丽的香格里拉的时候，我发现了商机。”吴云前说出了自己投资商业地产的主要原因，他将目光瞄向了奢侈品的消费者。

随后，百年城集团决定在大连的二七广场打造温州城，这次他将自己的客户定位为普通百姓。事实证明，吴云前投资的这两个项目都非常的成功，成为大连投资地产之中的楷模。“我能够看清自己在做什么！”吴云前说，“现在大连的一些地产项目失败，最大的原因就是没有找好定位，不知道自己做地产的方向。”

吴云前从很小的时候做生意一直到现在，他认为逆境之中最能锻炼一个人的

意志。吴云前非常赞同香港首富李嘉诚说过的一句话：“前十年，创业阶段是非常艰辛的，后十年，我的事业已经进入了飞速发展的阶段。”所以，吴云前一直在不断地锻炼自己。

吴云前对狼的性格非常的欣赏，他最喜欢读的一本书就是《狼图腾》。“狼一直在等待时机，它有极强的团队精神与忍耐力。”吴云前的学历不是很高，但是其学习能力非常强，虽然现在自己的企业做得非常的大，但是他并没有因此而止步，有人说：“吴云前在一天之内就可以成为半个行家”。当提到永嘉学派的主要成就时，他说道，那时的永嘉学派提出“义利说”的思想，可以说是当今温州商人的真实写照。温州商人信赖朋友就如同信奉财富一样，心中有义必得利，但是，与朋友之间的关系并不是直接的金钱往来，而是守望相助。比如，在朋友的相互交往之中获得非常有用的商业信息，将这些信息变成钱，也实现了朋友之间的互惠互利。温州商人较为高明的地方就是将传统文化与现代商业信息融为一体。

吴云前一直以自己为温州人为荣。他认为，温州商人最大的优点就是勤奋，他们认定一件事就会坚持到底，他用温州人打火机产业为例。他认为，温州商人对生意从来不分大小，并没有北方人那种大进大出的观念，而是愿意“将小生意做成大生意”，聚沙成塔。他认为温州特有的朋友交际往来就是商业，人脉的观念也是温州人特有的经商手段，温州人乐意与人交际、合作，即使身处外地，他们也有非常强的适应能力，可以非常快地融入当地的环境，所以才有现在温州人遍布全世界的局面。

可见，温州商人致富成功的第一个秘诀就是“欲望”。当你总是犹豫不决、迟疑不安的时候，无数的温州商人已经抢占了大部分的市场！



经商小语

如果小孩子不像我过去一样渴望赚钱，那么这个国家究竟好在哪里呢？

——美国克莱斯勒汽车公司总裁 李·艾柯卡

宁为鸡首，不为凤尾

有人曾开玩笑说：“走在温州的大街上，你一头会撞到5个老板，就像在北京，走一步会碰到3个当官儿的。”前些年，一个比较有名的俗谚说道：“不到北京不知道官小，不到深圳不知道钱少。”如果要和温州联系起来，这里我们要加上一句：不到温州不知道老板少。

温州人的老板情结由来已久，温州有一句名言：家家有项目，家家有老板。虽然像广告语，但并不夸张。走在温州的大街小巷，给人的印象就是店铺的众多，凡有人居住的地方，几乎都开有大大小小的店铺。“宁为鸡首，不为凤尾”渗透到了温州人的骨子里，温州人追求自主、自立，人人都想当老板，“哪怕是一个小摊，也一定是自己的”。这是温州人的普遍想法，宁愿做10万元的董事长，不愿做100万元的副总经理，这也是温州人“不甘于平庸，也不甘于平凡”的地方。有位温商这样说：“在温州，即使你做了微软的CEO、IBM的总裁，都还不如一个小卖部的老板‘值钱’。”温州人认为，自己为自己干，哪怕“事业”再小，但在精神上是自由的，这样干起来才有劲。

听说过下面这样一个故事。

在一个大学的校门口不远处，一名大学生到修鞋摊上补鞋，看到补鞋的是个年轻的温州姑娘。

大学生有点怜香惜玉地说：“一个女孩子给人修鞋不怕被人瞧不起吗？”这位温州姑娘抬起头，反唇相讥道：“一个大学生穿着破鞋不怕被人看不起吗？”

大学生被这个姑娘逗笑了，继续问道：“你以后打算干什么呢？”

“当老板。”温州姑娘字正腔圆地说。

大学生听了有点好笑：“你没有钱怎么当老板？”

“我这不正在挣钱吗？”

修鞋姑娘面对别人的诘难，回答是如此的从容，她的愿望就是当老板，不仅这个姑娘如此，这也是全温州人心态的真实写照。

温州人不会对职业的高低贵贱进行划分，对他们来说，不管什么职业，能否





赚钱才是最主要的。温州有“五把小刀”，即菜刀、剪刀、皮刀、剃刀、螺丝刀。温州人凭借这五把小刀，从一个个小厨师、小裁缝、补鞋匠、理发师、修理工做起，变成了腰缠万贯的大富翁，创造出“报喜鸟”、“正泰”、“奥康”等中国名牌产品，造就了“中国电器之都”、“中国鞋都”、“中国服装之都”、“中国制笔之都”等城市名片，温州由此成为中国轻工产品的生产基地之一。

在温州人看来，当上老板是对自己命运的主宰，正是这种主宰自己命运的愿望让成千上万的温州人背起行囊，天南地北四处闯荡，寻找当老板的机会。温州人不但想当老板，他们还敢于冒当老板的风险，正因为如此，温州人才四处闯荡，占据了外地人不屑一顾的那些领域，不声不响地富了起来。人人想当老板，人人自信总有一天能当上老板，在这种愿望的支配下，温州人不论干什么，生活中总充满乐趣，而且敢于生活，善于生活，洒脱，顽强，从不失望。这是温州人取得成功的巨大动力。

温州的工厂多，而且多为前店后厂式。很奇怪的一种现象是，在温州处于打工地位的，90%以上是从外地来的。可是与此形成鲜明对比的是，在全中国甚至全世界，到处都有温州人在当老板，温州统计人口有 750 万人，但有 120 多万人分散在全国各地，甚至在西藏也有 2 万人。其中有 50 多万在世界各地，在海内外建立了 170 多个专业市场和 40 多万个销售网点，建起了众多的温州店、温州街、温州村、温州城，整个就是“放大”了的温州经济。

温州人个个志存高远，一旦认定自己的目标，就脚踏实地为自己的理想艰苦打拼。大家肯定都听说过陈致远，他是著名的“阿联酋温州商会”的发起人，并被公认为是最有影响力的温州商人。在此之前的五六年，陈志远还只是一个独闯中东，白手起家的小商贩，他白天摆地摊，推销商品，夜里就睡在地板上，就这样陈志远硬是凭着一种艰苦打拼的精神，将生意越做越大。在 2000 年，他看了位于木沙拉大街的一座商城。尽管当时这座位于荒芜的木沙拉大街上的商城里面只有一两家商铺，然而，独到的眼光和敏锐的商业触觉让陈志远毅然包租下这座商城，并分租给 100 多个商家。经过自己大力宣传，分散于中东各处的温州商人纷纷来到这里，商城也逐渐热闹起来。两年后，陈志远又先后包租下同一条大街的另外两座商城，分别命名为“中国轻工城”、“志远鞋城”，冷清的木沙拉

大街逐渐变为繁华的商贸中心。

“宁为鸡首、不为凤尾”是温州商人的天性，正是这种人人想当老板的个性让温州人在全国各地乃至世界各地生活得潇洒，顽强。



经商小语

有钱做老板，无钱也要做老板；赚钱是老板，不赚钱也是老板；与其帮别人做大生意，不如自己做点小生意。

——温州商谚

把钱作为播种的种子

金钱就像是种子一样，你的每次投资就是播种种子，你知道如何让钱流动起来，它就会加倍地回来。拥资千万的商人知道1块钱的价值，因为每1块钱都是赚钱的一粒种子。只要你肯播种，经常的浇水，施肥，松土，它自然会生根发芽，成为一棵为你带来更多财富的大树。当树长到一定大的时候，就可以孕育更多的财富，为你以后的生活提供开支。

一位经商非常成功的老板曾经说过：“我一直希望自己能够成为一个千万富翁，希望有两套别墅，一套在城里面有着非常豪华的装饰，一套有着乡土气息的小院。上大学的时候，我就一直在思考这个问题，假如真的有1000万元，我会如何的分配呢，怎么去享受生活呢？也天天在想，通过什么样的途径可以获得这笔钱呢？甚至更多。正是如此强烈的发财愿望，让我克服了不少的困难，商人就应该给自己设立赚钱的目标，没有自己赚钱目标的人不能称作是真正的商人。”

钱金龙18岁开始打工，从事过的行业包括食品、服装、皮革加工、建筑装饰业等，一直到自己独立开店做生意，乃至筹办公司，最后将业务拓展到外地，他可以说是将温州人所有的创业经历都囊括了。

在一次非常偶然的机会上，钱金龙来到了芜湖，与当地的企业洽谈装饰业务，业务虽然没有开展，但他却发现了房地产开发的巨大商机。这一步，钱金龙

没有走错，他自己开了当地高档小区的先河。经过了几年的拼搏，他成为温州人在芜湖市有成就的一个代表。

在 1998 年的 6 月，钱金龙到芜湖办事，从车水马龙的大街上，大大小小的消费场所，四通八达的交通中，看出这个地方蕴含着无限的商机。于是他实验性地在芜湖的市区中心开设了一家名为“龙虎榜”的服装店，展开了自己在芜湖的经商之路。在这一过程中，他在不断探索追求自己新的发展道路。在 1999 年恰逢中山南路改道的时候，拆迁之后的中山路成为一片废墟，可说是百废待兴，具有独特眼光的钱金龙知道这里必然会成为商业中心。

1999 年底，他毅然出资千万成立了“芜湖市华侨房地产开发有限公司”，在步行街上盖起了将近 28 000 平方米的中山商业大厦，大厦重要的地段马上就吸引了“报喜鸟”、“鳄鱼”、“苹果”等名牌产品的进入，中山大厦项目的成功使钱金龙的地产公司成为当地最为著名的企业。

之后，在芜湖市房地产商激烈地开发住宅商用楼的时候，钱金龙却是一直坚守自己的道路。他高瞻远瞩，于 2002 年下半年时花费 7410 万元购置了三块地皮，预计投入资金 4.5 亿元，这个举动再一次体现出了温州商人的远见和气魄。

此外，钱金龙还拿出 2400 万元购买鸠兹广场地下商场产权，并且投资了 3000 万元将商场装潢成最豪华的地下商场，因他的大手笔，鸠兹广场成为芜湖当地的一个亮点。而后其打造的和平大厦，又是他斥资 2.4 亿元的另外一个项目。而占地 60 亩，总建筑面积为 105000 平方米的芜湖国际旅游商品交易中心更让他名声大噪。据介绍，该市场聚集了国际多家知名的品牌，形成了目前亚洲最大的旅游商品市场。

如今，钱金龙对于自己的经商道路非常有自信，他相信，自己的远见卓识加上辛勤的劳作，必然会获得丰厚的回报。

对于商人的财富观念，日本的经营之神松下幸之助先生就曾有过“钟情于金钱”的经营经验，他认为：只有钟情于金钱，视财富为生存之本，才能获得更多的财富。我们平常做任何的事情都离不开金钱，虽然钱不是万能的，但没钱却是万万不能。

作为一个商人，一定要牢记“你不理财，财就不理你”的财富特性，一定在

其中悟到“爱钱如命、唯利是图”是经商的秘密，生意之道的根本就是赚钱，最终的目的就是投资以获利。



经商小语

一生能够积累多少财富，不取决于你能够赚多少钱，而取决于你如何投资理财，钱找人胜过人找钱，要懂得钱为你工作，而不是你为钱工作。

——美国伯克希尔·撒哈韦公司总裁 沃伦·巴菲特

以理智的态度对待金钱

如何来测量一个人的金钱智慧呢？其实最好的办法就是看他如何赚钱、花钱和存钱。因为人性之中有许多珍贵的品质是与能否正确使用金钱密切相关的，例如，慷慨、节俭、诚实、公平等；同样，人性之中的缺点，如自私、不公平和欺诈，也可以从中看出。

温州人就是以赚钱的方式，充分体现出他们的金钱智慧。他们不仅知道如何获取财富，而且对于金钱也有着非常理性的认识。

(1) 金钱智慧并不是孤立的，而是与人的其他智慧能力配合的。

(2) 金钱智慧作为衡量人社会能量的标志，是经常被人所忽略的。一个金钱智慧弱的人，在现实生活中的生活能力也是非常的差。

(3) 一味追逐金钱和财富，为了获取利益而不择手段，这不是一种智慧，而是给金钱智慧抹黑。

(4) 金钱智慧不是天生的，可以通过培养而产生。提高一个人的金钱智慧，不只是增加了口袋的财富，还可以改变一个人的素质。

畅销书籍《穷爸爸富爸爸》中提道：“之所以世界上绝大多数的人为了财富奋斗终生而不可得，其主要原因在于虽然他们都曾在各种学校中学习多年，却从未真正学习到关于金钱的知识，其结果就是他们只知道为了钱而拼命工作，却从不去思索如何让钱为他们工作……”



这本书通过分析穷人与富人行为的不同，富人和穷人最本质的区别就是他们的金钱观念不同，穷人一直奉行着“工作为挣钱”的思想，而富人总是以“钱要为我工作”为法则。富人是通过学习掌握各种财务知识，了解金钱的运动原则以后为我所用，大大提高自己的赚钱眼光；而穷人并不具有丰富的财务知识，不懂得金钱的运动原则，没有提高自己的赚钱意识。尽管穷人之中有非常勤劳聪明的，并且接受了非常好的教育，具有很高的知识水平与工作能力，但是没有自己的财商，一直就是穷人，很难成为富人。

这本书在北方的图书市场销售非常的火爆，但是在南方却没有受到欢迎。原因就是书中所论述的培养孩子财商观念问题，对于北方人来说是让人非常吃惊的，而相对于非常精明的南方人来讲，已经是家常便饭了，而且他们已经将赚钱的观念植根在孩子的脑海之中。

金钱教育并不是将非常简单的“爸爸妈妈赚钱很辛苦”的话经常挂在嘴边，而是让孩子明白金钱的真正意义，让孩子知道金钱获得的不易之处，要有计划而且非常慎重的投资理财；金钱并不是可以换到你所有想要的东西，并不能将眼光关注在金钱本身；付出之后才能获得回报，不要心中有不劳而获的思想；收入是为了应对家中的开销，任何没有必要的消费都会影响家庭生活，让孩子养成自己的财富观念。

在石油大王洛克菲勒家中，孩子如果想要获得零花钱，就必须通过洗碗、扫地等基本劳动获取。

通过专门的研究，专家为孩子列出这样的金钱认知表：3岁分辨硬币和纸币，4岁明白纸币的面值，5岁懂得硬币可以换取什么样的物品，6岁可以简单地交易计算，7岁明白商品的标价，8岁知道以零工的方式换取零用钱，9岁能够制定自己的开支表。

温州人从来不掩饰自己对金钱的追求，他们知道：只有对钱有特殊的情感，钱才会聚集到你的周围。但金钱并不是从天而降的！温州人从来都是利用自己的大脑赚钱的，而不是单纯地依靠资金。



经商小语

金钱对我来说并不重要，而赚钱的过程，即不断地接受挑战才是乐趣，看着

钱赚钱才觉得意义非凡。

——犹太金融巨子 摩根

在赚钱时态度应该坦诚

西方的哲学之中有这样的说法：贪婪爱财是万恶之源，但是温州人却不这样认为，特别是在当今社会条件下，温州人认为，君子爱财，取之有道；片面地将金钱视为罪恶的本源，不仅这种说法过于偏激，同时也将金钱是人类的一个工具这样的事实加以否定。如果金钱有罪，那么罪过应该归为那些不当谋取攫夺财富的人身上，这种人在公开场合从不表达自己对金钱的欲望，总是在指点金钱的罪恶，其实，只是将攫取金钱的手段放在别人看不到的地方而已。

在温州人的思维观念之中，金钱并不会去区分善恶，只要是你通过自己合理合法的劳动、经商，赚钱就是光明磊落的事情。温州人一直坚信：“路上纷纷，行人悠悠，载驰载驱，唯钱是术。”不管是以前还是现在，做生意、赚钱、开公司，这种观念已经深入了温州人的骨髓之中，即使在那个激情燃烧的岁月里，温州人也从来没有放弃过这样的理念。

对于受礼教教育过的人而言，特别注重金钱的来源，钱是分“脏钱”和“干净钱”的，本本分分、规规矩矩赚到的钱是“干净钱”，而相反所赚到的钱就是“脏钱”。而在温州人的眼里，金钱的区分就是“辛苦钱”和“便宜钱”，钱并没有脏不脏的说法。

有一个演讲者在一个规模宏大的场合进行演讲，为了证明人不管在什么情况下都要看得起自己，他拿出了 50 美元，举过头顶，在众人的眼前晃了晃。

“看，这是 50 美元，非常新的一张 50 美元。谁想要？”几乎所有的人都把手举了起来。

然后，他将这张纸币进行揉搓，纸币变得非常的褶皱，然后又向观众询问：“现在还有人想要这个钱吗？”这时候所有的人依旧举起了手。

随后，他又将这张纸币放到地上，用脚狠狠地踩了几下，钱币已经很脏很烂了。他又把钱拿起来，又问：“还有人想要它吗？”

依然是所有的人将手举了起来。于是他说道：“朋友们，钱在任何时候都保持它的面目，它依旧是钱，它不会因为你的搓揉、踩烂，而出现价值的变化，它依然可以购买物品。”

为什么那张钞票在那个演讲者手里搓揉，又被他踩脏后，所有的人还是想要它呢？因为钞票代表的是一种价值，钞票本身是没有高低贵贱的区别，它不会因为你对它进行不同的对待而产生价值变化，它依然代表自己本身的价值，就与其他面值相同的钞票一样。只要面值是一样的，钞票就没有不同的分别，这就是温州人的金钱观。

正因为温州人心中一直信奉这样的金钱观，温州人才从来不去小觑生意或商品的“小”，所以对最小的商品也都放在心上。他们在赚钱的时候，不会认为自己的钱是有区别的，也不会因为自己现在的职业境况而有羞耻的感觉。他们总是从事看似低等卑下的工作，心中却并没有低人一等的感觉。

温州人最让人钦佩的地方在于：他们从出生以后就以正确的观念看待金钱，以坦诚的态度爱慕金钱，凭借自己的辛劳去追求金钱。这是一个一直长期处于商业气氛的部落，通过前人的智慧总结经验，因此也就从中明白，金钱的获得是一种自我价值的实现。



经商小语

如果金钱是你获得独立的希望，你将永远也不会得到独立。在这个世界上，一个人所拥有的唯一真正的安全保障，就是知识、经验和能力的储备。

——美国福特汽车公司创始人 亨利·福特

从小就培养对商业的热情

有人一提起温州人，便说他们是天生的商人，赚钱的机器，温州人中确实有不少的经商奇才；有人说天才同样依靠勤奋，温州人正是依靠天性之中的勤奋；也有人说天才需要激情，温州人将感情投入到商业之中的程度是其他地区的人所

不能比的。

给大家介绍一位叫方德华的温州人，在非常小的时候他就表现出了让人吃惊的经商才能。那时他才5岁，就已经对经商有了非常大的热情，对于他来说，这世上最让他开心的事情不是玩具火车，也不是捉迷藏、过家家，而是做生意。

他会非常习惯地将自己的东西标上价签，然后向邻居和邻居家的孩子出售，有的东西没有办法估价，他就根据自己的想象去标价。在别人看起来，这孩子做的事情非常的荒唐，可更为离谱的是，在6岁的时候，他居然将自己拥有的一块非常奇怪的石头标价1万元。他的姐姐询问这个石头怎么会值这么多钱，他的回答是：“这么有趣的东西别人是没有的，所以我说多少钱就是多少钱。”别人都没有，价格就应该由自己来定，这个思想也延伸到了日后他的事业之中。不过最为有意思的不是他在很小的时候就有自己的经商思维，而是他对商业的痴迷与激情。

常言道：“三岁看到老。”由此不难想象，童年中方德华对于商业的痴迷，也必然会对他的日后生活造成影响。非常有趣的事情很早就出现了——上中学以后，从故事书、乒乓球再到自行车，方德华像一个非常热衷于做生意的犹太人一样，什么生意都经手，“客户对象”就是校园之内的同学。老师觉得他这样耽误学业，责备他不要在学校内买卖东西，结果却是出人意料，他反倒将老师说服，将一台收音机卖给了老师。老师非常高兴地拿回家，听得正入迷的时候居然坏了，第二天就把方德华狠狠地批了一顿。后来他考上了杭州师范大学，但是依然没有把自己的生意放下。和经商比起来，上学似乎成为一种副业，方德华在学校里面摆起了小书摊，卖文具，卖邮票，帮同学联系当家教的业务，在中间收取中介费。

1984年，他在宿舍中将一个热水壶踢倒，瓶胆爆碎了。看着非常漂亮的暖壶外壳，方德华的脑子中突然萌发了一种商机：学校中打破热水胆的事情很常见，男生宿舍中都是非常杂乱的，不注意就会碰到暖壶，即使是整洁一些的女生宿舍，磕磕碰碰的事情也是在所难免的。那么多的暖壶被打破，同学们不得不将外壳扔掉。因为校内校外，没有一家商店是专门卖壶胆的，要买只能买整个的暖壶。同学们一定为自己的行为而懊悔，如果可以弄来壶胆卖给同学们，帮他们省一些钱，那壶胆肯定非常畅销。方德华想过之后非常高兴，就在附近的一个工厂



预定了 50 个热水瓶胆，带进了校园。上完课以后到食堂摆摊，晚上在自己的宿舍等着“客户”上门，当天就把壶胆销售一空。

在大学期间，方德华又将自己的销售业务扩大，找上大商店，按期订购了大量的壶胆，然后将杭州附近的各个院校跑遍，每一个学校都找一个学生做委托代理。促销在 20 世纪 80 年代没被人认识的时候，方德华还想出一种当时比较超前的营销手段：他向购买壶胆的学生承诺，假如在两天之内壶胆出现破裂，他可以免费替换。热水瓶两天之内发生破裂的事情很难发生，学生们绝大多数都在忙于学业，谁也不会因为一个壶胆而刁难他。这一条对方德华来说有没有承诺并不会有很大的区别，但对学生来说却有不同的意义，他们觉得在买热水瓶胆的同时有一个这样的保证很不错，尽管这样的保证只有两天，却在精神上得到了一个安慰，他们觉得心里非常的踏实。

不仅推销物品，在校期间，方德华自己还成立了一个家教中心。贴出海报宣传，将宿舍作为一个门市，自己就是中介，为校外需要找家教的人找家教，帮助同学们找活干，业务非常的红火。1986 年，方德华大学毕业那年，他手中的存款已经超过了 1 万元。别的同学都在为自己的前途担心的时候，方德华却是自信满满，他觉得：又是有一定的积蓄，与其做一名教师，不如自己下海经商，去实现自己致富的梦想。有人说方德华天生就是一个商人，生而知之，其实是与生俱来就崇尚财富的精神在激励着方德华。用金钱、财富来证明自己的价值，这其实是温州人的共性。



经商小语

赚钱不是一件容易的事情，把钱花出去却再容易不过了

——美国克莱斯勒汽车公司总裁 李·艾柯卡

让每一分钱都发挥作用

听说过一个很有趣的事情，香港首富李嘉诚一次停车时，丢落了一枚 1 元的硬币，他正蹲下来要捡的时候，旁边一名泊车的值班人员马上过去帮着捡了起

来，之后李嘉诚用 100 元把这枚硬币买了回来。

事后，有人非常不理解，问道：“你为了那一块钱花费 100 元值得吗？”

李嘉诚是这样回答的：“我给他 100 元，他可以用来消费，而假若他不帮我捡起那 1 块钱，这 1 块钱可就浪费了，钱的用处是消费而不是浪费的。”

还有一次，李嘉诚到青海考察教育计划时，捐出 3 亿元人民币。他说：“如果现在让我拿出 1 亿元，我不会迟疑的，但是假如在地上发现 1 块钱，我会立刻捡起来。”

通过以上两件事，我们就会对李嘉诚的金钱观念有所了解：办多少事就应该花多少钱，再有钱，也不能乱花；再花钱，也应该花到有用的地方。

温州人的观念也是这样的，他们花钱的精细也是非常出名的，但是不能对此有误解，这种精细，绝对不能以“吝啬”来形容，因为这种精细之中包含着温州人对金钱的理念——让每一分钱都发挥功效。

对于极为精明的温州商人来说，他们有时也会“大手大脚”，但是这种看似与温州精神相悖的“大手大脚”，温州人也是会将每一分钱发挥它的作用。

为了上一门课，他们会乘坐商务专机，飞到千里之外，在外人眼中看似非常的奢侈，而温州商人觉得这是非常合乎情理的事情。美特斯·邦威集团创始人周成建就是经常做“空中飞人”，只有初中文化的他，现在已经拿到了硕士文凭，他说过这样的话：最大的竞争优势就是比竞争对手更快的学习能力。在长江商学院学习的时候，同班同学中有蒙牛集团董事长牛根生和分众传媒的江南春，周成建将他们当作学习的榜样，在他们身上学了不少的知识，所以，为了学习投入大量的资金是应该的。

2005 年的时候，宁波温州商会组织当地的温州商人举办了“文化沙龙”，主题是：知识改变命运，有多种多样的形式，有讲座，有自由发言等。温商们都有极强的学习意识，有的人为了参加学习，取消了出差的计划，有的甚至延迟了几百万的订单。这项活动充分体现了温州人的学习热情，在他们眼里，知识是人生最重要的财富。在这方面的投资，温州人从来不吝惜。

微软总裁比尔·盖茨有这样的话：“花钱如炒菜一样，要恰到好处。盐少了，菜就会淡而无味；盐多了，苦咸难咽。”这也充分反映了温州人的消费观

念。在温州商人的观念之中，即使是花一分钱，也要让钱发挥最大的效用，绝不花冤枉钱。



经商小语

有钱是好事，但是知道如何使用更好。

——《塔木德》箴言

把钱计算得清清楚楚

在温州人看来，只有将钱计算清楚，才能有条不紊地计划用钱、花钱、赚钱，可以说是“数中有术，术中有数”。

温州人有非常强的经商头脑，甚至对于很小的钱，温州人也是特别的重视。

在常人看来利润非常微薄的吸管生意，温州人却从大量的消息中，清楚地了解到国外对于塑料吸管的需求量很大，而国内在原材料加工、人力资源等方面有独特的优势，于是，温州人中很多通过吸管生意成为亿万富翁。

温州大学管理系三年级的学生潘江涛，他在当地注册了“学子”的品牌，这是全国唯一一个由在校大学生创办的品牌，“在每名温州大学生身上赚 10 元钱”这是他的经商口号。

潘江涛有着非常精明的头脑，在 2004 年 9 月的时候，一个朋友曾经向他提建议：发行一种学子卡——集打折卡与会员卡为一身，在大学生中一定有商机。精于计划的潘江涛马上开展了行动，由于缺少资金，他给自己的父亲写下了 10 万元的“借条”，这就是他筹措的资金。

公司起步以后出现了资金周转的问题，因为学子卡的装修、注册、租金等已经花费了将近 8 万元，在自己的账号上只剩 1 万余元。但是，自信的潘江涛对自己说：“虽然我一直在赔钱，扣除成本，卖卡的钱都不够公司开销，但我相信这个生意里面蕴藏着巨大的商机，我的目标是在 5 年里赚回一个亿！”

之后，经过自己艰辛不懈努力的经营，“学子”的加盟商在 2005 年已经达

到了 1000 余家，而且慕名而来加盟的人越来越多，“学子”的前景很大。事实证明了一切，潘江涛做出了非常正确的选择。



经商小语

会干的，不如会算的。

——犹太商谚

第 5 章
能赚钱有面子，金钱意识非同凡响



全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

第3章

为市场把脉，独到的眼光最重要

人与人之间总是有差异的，然而，对于温州人来讲，却有着共性的东西——那就是眼光，也就是对市场的洞察力，对于商品前景的预知能力。不是每个人都具有独到的眼光的，然而，温州人所具备的市场眼光却得到了社会的认可，这一点我们不得不佩服他们的远见卓识。

培养超强的洞察力

温州商人大多数起家于 20 世纪 90 年代初，这时正好是计划经济体制向市场经济体制转轨的时期，他们抓住了这一时机。

鲁冠球在很早以前是公社农机修配厂的负责人，他生产的主要产品有铁耙、犁刀、万向节、石蜡铸钢。十年的磨炼，鲁冠球将产品定位在汽车的万向节。1983 年，他把万向节厂承包；1988 年，他以 1500 万元的价格买断了万向节厂的股权，将企业性质转换为私有；1993 年，公司发行的“万向钱潮”股票在深圳上市；到了 1997 年，万向集团成为通用公司供货的第一家中国内地的厂商；2000—2001 年间，鲁冠球吞并了 3 家上市公司，在中国股票市场建立了“万向系”；2001 年 8 月，万向集团又收购了美国纳斯达克上市公司 UAI，开创我国乡镇企业收购海外公司的先例。

一个农民用了 20 多年时间，成为知名的企业家，把一个农机修配厂拓展为一个大企业集团，其最重要的因素就是——以敏锐的眼光寻找最稀缺的资源。

许多成功的商人就是因为他们可以洞察市场的变化，准确地定义未来市场的走向，引领市场潮流并以最快的速度抢占市场，使自己一直处于优势地位。

要想让企业得以发展，就必须具有敏锐的观察力和洞察力，不能光看眼前利益，而是要将目光放得更加长远，看到今后的发展趋势，只有总是走到别人的前头，才有必胜的把握。每一次社会变动都意味着对商人的一次考验，高瞻远瞩的商人才能做出更有远见的决策，从一个成功迈向另一个成功。

1980 年，温州小伙朱张金做起了袜子、领带一类的小生意，后来，他搞电器维修又承办纺织厂。到了 1988 年，手里有 2.5 万元的朱张金又借了 19.5 万元，让村里出面收购一家制革厂，村里担心出问题，坚持“所有盈亏与村里没有关系，盈亏完全由朱张金负责”。

朱张金花费高价经营制革厂，大家并不看好，可是谁能预料，十几年之后，这家企业(卡森)并没有倒闭，反而越做越好，成了中国皮革行业中的领航企业。

从创业时只有 2.5 万元现金，到 2001 年已经拥有本金 25 亿元，朱张金并不

是凭借运气，而是他敏锐的洞察力。他一年中就有几个月在国外谈业务，其目的就是看看市场之中的机会会有多少。

“出手快，眼光准”是朱张金最大的优势，“卡森”的成功有很大原因是因为可以比别的企业做出更快的调整。

到了 1995 年下半年，朱张金在俄罗斯成立了一家公司，当地就出现了抢购卡森皮衣的潮流，一天可卖几千件。光靠卡森自己生产皮衣远远不够市场的需求，于是卡森在海宁成立检控中心，由卡森统一提供制作皮衣的原料，让海宁的 60 个皮衣加工厂代为加工。那一年，在俄罗斯总共卖了将近 60 万件皮衣，卡森总利润将近 1800 万元。

当海宁老乡纷纷北上与朱张金争夺俄罗斯皮衣市场时，他却改做猪皮的生意。1994 年，国内皮革行业出现低潮，许多小企业倒闭，卡森却做出了意外决定，投资 1000 万元扩大猪皮革生产份额，大多数人都非常不解，朱张金说，小企业倒闭了，市场的份额就让出来一些，卡森可以占据更多的市场份额。果然，卡森当年盈利将近 800 万元，是上一年同期的 6 倍。

1997 年 4 月，朱张金参加香港举办的皮革展览，他发现在展会上以外贸加工企业为主的中国、韩国等展出的都是猪皮，而发达国家英国、美国等制革企业展出的都是牛皮制品。从香港回到大陆，朱张金决定将所有的猪皮生产线停掉，上牛皮生产线。卡森高管都非常不理解，朱张金却是坚持自己的意见，说：“商机稍纵即逝，如果等到所有的人都认可了，就太晚了。”

朱张金认准了牛皮的市场肯定要比猪皮的市场广阔，决意不再加工猪皮。有一家公司将 100 万平方尺的猪皮单子交给卡森，如果接到这个单子半个月就可以盈利 100 万元，但朱张金并没有接下这个单子，许多人不理解他，要知道当时接一个大单子是非常难的事情！

自 1997 年以来，卡森在澳大利亚、美国、德国、巴西等国家设立办事处，了解市场信息，公司技术中心则根据国际市场的最新要求，及时开发新产品。从而拓展了新型沙发革的开端。2003 年 2 月，经过美国最权威的家具厂商推荐，卡森牛皮革沙发非常顺利地卖进了美国白宫。





经商小语

我可以保证，市场永远是错的。必须独立思考，必须抛开羊群心理。

——国际著名投资家和金融学教授 吉姆·罗杰斯

眼光有多远，财富就有多大

眼光不仅仅是财富的象征，还可以体现出人的生命荣誉和自身价值。

温州人的眼光非常的独特，温州有一家报纸曾经做过一项专门的调查，结果表明：有 91%的温州商人非常关心政治，60%的经营者“会因为国家出台某项政策而对某项投资更加有信心或是放弃投资”。

这表明，经常关注政治与时事，也对我们发觉商机有很大的帮助，眼光也会比其他地方的人更加的广阔。

有一个温州商人总是坚持看中央一套的新闻联播，并将这种习惯当作生活必然的规律。他说：“你大可不必去看财经报道，也不用看焦点访谈，假如你的生意关注不到外汇和石油，甚至你都不会理会那些国际大事。但是新闻联播必须要看，因为它的信息引领你下一步的投资。”在他看来，新闻联播是经商人士最重要的晴雨表，它可以帮助你把握经济脉搏，关注未来经济发展的趋势。

温州商人有着非常敏锐的目光，眼中有“针”，可以从市场的动向之中发现商机，并且可以在第一时间发现商机。纽约世贸大厦出现“9·11 事件”以后，当时的人们还在为世界第二高楼的消失而惋惜的时候，就有温州人在事故的现场兜售大楼出事前后的对比照片，5 美元一张，生意非常火。也许这里面存在一些道义问题，但是，温州人敏锐的目光不得不让人佩服。

温州人的眼光有时让人不可思议，他们往往在最普通的地方发现最不平常的商机。2002 年 1 月 1 日，欧元在欧盟各个国家开始流通，中国报纸上面刊登了一张欧元的照片。从这张普普通通的照片中，温州人发现了极大的商机：新版欧元比以前西欧国家的货币要大一些，这就意味着，现在生产的皮夹肯定不能装新货币。于是，温州人马上发现了这个商机，生产出了一大批适合装新币的皮夹，并

且从温州出口到欧洲，非常热销，这种细微的发现为他们带来了极大的利润。

作为温州人第二代创业的代表，王招富在审时度势，灵活调整的经营策略上运用得非常娴熟，尽管他以前曾经遭受经营失败的打击。

王招富，只有初中学历，毕业之后就到了乐清白龙山林场工作，那时他只有17岁。两年以后他开始自己的创业之路，后来，经过几次的尝试，王招富和妻子在郑州的商场租了一个柜台，经营服装生意，但是成效不佳，一年下来，生意是亏损的。夫妻俩没有气馁，他们认真地分析失败的原因，发现原因在于没有对成本进行细致的核算以及对郑州的消费习惯进行了解，于是，第二年就开始自己尝试自产自销的经营方法，自办了服装加工厂，夫妻俩起早摸黑，省吃俭用，最后终于完成了资金的积累。

但是，王招富并没有满足现在的成功，他把眼光放在更远的地方。经过多次的考察，王招富发现敦睦路一带并有什么商业店铺，但是这里的人流量却非常的大，他非常看重这里的市场批发潜力，就租用了这些地，合资建立了几家店面，开始经营他们已经非常熟悉的服装生意。事实证明了王招富的眼光非常好，不久，这一带就成为郑州最大的服装市场，王招富抓住商机，继续将服装的销售向周边的省市扩展。回忆起这段经历，王招富还是历历在目，他说：“做生意，眼光要准，看准之后要有胆子去做。”

你的眼光有多远就决定了你以后的生意有多大，同时也决定以后用什么样的方式赚钱。曾有人这样说：“瑞士人专门卖技术和智慧，美国人卖的是创新思维，日本人卖的是手里做出来的，中国人卖的是土里种出来。”虽说这些话不是很恰当，但是也充分地说明眼光对于一个经商者的重要性。

红顶商人胡雪岩曾经说过：“如果你拥有一县的眼光，那你可以做一县的生意；如果你拥有一省的眼光，那么你可以做一省的生意；如果你拥有天下的眼光，那么你可以做天下的生意。”要想在商场之中立于不败之地，必须具有远大的眼光。

温州企业由小到大、由弱变强，很大程度上在于温州人眼光的远大。他们善于抓住随时可能消失的商机，特别善于抓住市场之中的规律，及时引导产业转型，并且敢于否定自己走过的路，这使得他们在激烈的市场竞争之中取得胜利，





创造出一个又一个商业奇迹。



经商小语

我并不完全否认机遇的作用，但绝不想夸大它，因为就拿我来说，我身边就有很多人和我面临同样的机遇，但为什么只有我把握住了？可能因为我更善于思考，更有恒心，这一点比机遇重要得多。

——温州商人 段云松

果断地抓住机遇

在实际的生活之中，要想抓住机会并不是一件容易的事情，不然的话，所有的人都可能成为富翁了。只有那些在生活之中熟悉生活环境并善于发现、善于分析、善于观察的人，才能抓住转瞬即逝的机遇，进而让人取得丰厚的回报。唯有那些善于发现、集思广益又善于决断的人，才能从各大领域中大显身手，这是成功商人所必须具有的素质。商机随处可见，当机会将要出现的时候，是否能抓住，最关键的就是能否决断。

有一个开镜框店的老板，见到很多有名气的书法家在为抗洪救灾义卖，而且作品的价格只有 10 元，就马上拿出钱买了 300 幅。几年后，他就陆续地卖出了 100 幅作品，赚了十几万元。当那个老板非常果断地决定买下那些作品的时候，与他对艺术市场行情地了解是密切相关的。首先，这些艺术家的作品，按当时的市场价格最低不低于几百元，如果不是为了赈灾义卖，绝不会以这样低的价格出售；其次，这些作品都是现场书写，所以也可以确保作品的真实性。

商机的特点转瞬即逝、变幻莫测，稍微的迟疑都会让机会错失。要准确地瞄准商机需要两个条件：一是需要智慧，可以确认是不是商机；二是善断，能在合适的时候发现商机。所以，中国古代圣贤将“多谋”与“善断”看作同等的重要，所以有“多谋善断”的成语。

许多的温州商人并不是有很高的学历、学问，甚至还有不少的老板不识字，

但是他们共同的特点就是有胆识、决断力强。当其他人对于经商还在左顾右盼、犹豫不决的时候，他们早已经进入其中，赚得盆满钵满了。

在做决定以前必然需要听取别人的意见，搜集各种消息，再根据自己内心的目标，综合起来做一个决断，但失败者都有一个通病就是耳根子过软，缺乏主见。每个人都会有自己的观点，如果自己的决心总是被别人的意见所干扰，干什么事都不会有什么太圆满的结果。

决策制度的健全可以说是庄吉集团的最大竞争力，庄吉集团做出任何的决定都要开会，这充分保证了吸纳多种观念的优势。

庄吉集团成立后，董事会通过对当下不如意的市场认真的研究分析，提出“三大战术”，并迅速地在公司实行。

第一招，提升公司的品牌。“庄重一身，吉祥一生”，如今庄吉的这句广告语已经响遍大江南北。然而，最初“庄吉”两字只是偶尔的组合，并没有太多的含义。重新对商标进行设计，改进公司形象，当这一个并没有太多含义的词汇诠释出更为深刻的含义时，庄吉人极为兴奋，从此，一个崭新的“庄吉”品牌从此响彻市场。

第二招，对产品重新进行市场定位。庄吉西服以前一直以中档、批发业务为主，而当时温州 90% 的西服企业都是这样的情况。这时，庄吉决定转型，瞄准温州服装业的缺口，彻底将原来的市场放弃，走向高档西服、连锁专卖的经营策略。

第三招，将经营商的风险降低为零。这招一出，让同行们吃惊不小。生产企业不承担销售领域的风险，这是自古就有的规定。而庄吉却承诺，只要经营商按照合同的规定经营，不管产品是否换季，还是无法销售，公司都会全额退货，经营商没有承担经营的风险。

在短短两年内，庄吉就一跃成为温州服装市场的领军人物，先后荣获浙江省著名商标、浙江名牌产品、中国十大男装品牌称号，并且进入了中国服装行业的百强，在全国建立了 200 多家专卖店，还投资 5000 万元在平阳兴建了百亩的工业园区。

庄吉集团的案例恰恰验证了这样的公式：机会+谋略+果敢=成功。在市场竞





争狼烟四起的今天，单有可以识别信息的慧眼往往是不够的，还需要有果断的决策智慧。当然，勇敢并不代表盲目，而是要以自身知识、信息为后盾，凭借远见卓识，果敢迅猛的冒险精神，立刻做出决断并立刻实施。



经商小语

我见日光之下快跑的未必能赢，力战的未必得胜，智慧的未必得粮食，明哲的未必得资财，灵巧的未必得喜悦，所临到众人的，是在乎当时的机会。

——《塔木德》箴言

在生意之中流露传统文化

随着市场竞争的日趋激烈，社会已经对文化的呼声越来越大了。而名牌商品的品牌与文化的关系就如同人与影子一样，如果品牌之中没有文化的积淀，而仅仅是世俗的宣传，这样品牌可能就只是昙花一现。名牌产品的背后必须有文化的支撑，文化承载量越大，对于企业来讲，也就会带来更大的效益。

文化，不仅可以代表一个企业的持久力，也是众多企业家极为重视的对象，也正是因为这种对于企业文化的品牌偏爱才得以使企业更加的长久。

宋城集团黄巧灵认为自己是第一类的资本家，用他自己所说的话来讲“文化资本家比较合适”，这也就决定了其企业的发展与自身的情感是分不开的。“在我的经营之中，经营情感也是不可缺少的一部分，赢得别人的信任也是旅游业的核心资源。”

黄巧灵骄傲的，除了他的旅游产业以外，就是对传统文化的深刻认知，这种延续至今的爱好，得益于他的祖父。

“我的祖父是一名中医，他传承给我最大的财富就是儒家文化，我觉得这是我在商界的立身之本，也是我做人的原则。”黄巧灵这样说。

“小的时候，我从祖父的中医书籍之中开始接触传统文化，中医是与我国的文化历史分不开的，中国文人始终相信‘不为良相，则为良医’，而良医也是为

人处世的一种状态。那时候家里有很多祖父的书籍，当时也没有别的书，这个时候我便痴迷于传统文化之中。我到部队去的时候，书包中放了两本书，都是我祖父的书，一本是《红楼梦》，一本是《易经》，在闲暇的时候就会翻阅，到我退伍的时候，书已经非常的破烂了。”

黄巧灵认为他事业的发展要归功于对文化的认识，甚至说每一步都是如此。在军队，他就是因为自己的文笔好，才从一名普通士兵成为文书，最后又被调到军区上做随军记者。

在家乡，他也是因为自己的文化特长，才在新华书店和群艺馆有了容身之地，而对儒家文化的热爱，更使他结交了许多的朋友，甚至因此结交到了不少外国朋友。而到商界，他对文化的熟稔让他对社会的心理有了把握，从而使宋城景点成为焦点。

将“生意做成文化”这一理念，不仅是温州商人一直追求的，也是世界上众多企业名家所共同追求的。要知道，早在 20 世纪 30 年代的时候，雀巢公司就已经开始将速溶咖啡做成一种文化去推广，最终赢得了巨大的市场。

其实，企业内部文化是企业发展的动力，只有内部文化有底蕴，外向型的文化宣传才会有根基。像“贵州茅台”、“青岛啤酒”这样的企业，仅其经营上百年的历史，已经是一种千金难买的文化底蕴，使企业的品牌在宣传力度不是很大的情况下也能树立起自己的市场形象。

由此可见，企业的内部文化是一个企业得以发展的保证，是精神的支柱。历史短的企业，要根据自身已有的条件来培养自身文化水平。在这一方面，温州环宇集团就是非常成功的案例。

在打造企业自身形象的时候，该集团可以说是拿出重金，做到报刊有文章，电视有图像，广播有声音，并且做到合理的配合；同时还经常参加公益事业、体育赛会，全方位、多角度，不间断、立体化地展示环宇集团的企业形象，打造环宇产品的新形象，使环宇品牌赢得了大众的青睐，甚至家喻户晓。

企业的出发点着眼在什么地方？其实企业的出发点可以有很多，但是不能缺少。文化就是企业之中不能缺少的立足点，人在文化之中生活，因此一个没有文化涵养的企业难以靠近那些对于文化要求越来越高追求的人。在企业文化上做好





准备，可以让自身走得更远。而忽视了企业文化，即使现在火爆，也是不能长久。



经商小语

文化是一种长期的推动力，而产品是要满足当前的需要，如果你有很好的产品，但是文化不好的话，你就会垮掉，你只能取得短期的成功，但在长期发展上会遇到障碍，所以你要确保有很好的文化能够随时适应外界的变化，这是你长期的动力。

——日产汽车公司总裁 卡洛斯·戈恩

偶尔特色经营，收获更多

2001年，温州人林小芬计划经营一家咖啡店，于是，她经过市场的考察，准备加盟台湾知名的餐馆上岛咖啡。

林小芬与上岛咖啡公司的人进行接洽，同时将店面的位置选在温州的半腰桥，万事俱备，只等上岛咖啡技术人员的到来。然而，这中间却出现了变故：咖啡店即将开业了，上岛咖啡原计划好要来的技术人员却因为种种原因而不能到位，这可让林小芬上起火来。怎么办？原计划设定的开业日期不能如期开业，这对开店来说是特别忌讳的，而且，高额的租金不能让她光等待技术人员的到来。于是，林小芬突发奇想，做出了一些变动。

她先是到广州甄选厨师和菜单，然后让厨师根据当地人的口味进行改良，一份融合咖啡牛排、广东小吃、温州风味的菜单就这样制定出来。

在2001年11月，“上岛咖啡”正式开张了，并没有逾期。但是，这一间上岛咖啡却是与其他的咖啡厅不一样，林小芬现在开的“上岛咖啡”只是悬挂了“上岛咖啡”的招牌，提供服务的菜肴却是有很大的改进：也正是因为这样，成了这家咖啡厅的特色。

原来，林小芬的急中生智打破了传统咖啡馆的经营模式，但是却与温州人的

喜好相适宜。林小芬开设的这家“上岛咖啡”马上受到温州人的青睐，许多温州人谈生意、约朋友都喜欢到这家咖啡馆来。

咖啡馆的成功让林小芬有了自己的想法，脱离“上岛咖啡”可能自己会有更大的发展。于是，她马上赶到香港注册了一家名为香港拉芳舍国际集团有限公司，并在国内申请注册拉芳舍商榷。

从此，林小芬就开始了自己独当一面的事业。

2002年的8月份，林小芬将自己的拉芳舍咖啡美食休闲吧开在了温州的东城一个并不繁华的地段，也是她自己开设的第一家店。尽管这里的人流并不多，但是，这里交通发达，是一个环境优雅的地方，是人们休闲躲避喧嚣的最好选择。

为了扩大自己的知名度，林小芬为此精心设计了广告词：“我不在家，就在拉芳舍，不在拉芳舍，就在去拉芳舍的路上。”这个让人觉得新奇而又好记的广告词，使这家店让更多的人所了解，成为温州人经常光顾的休闲场所之一。

2006年的7月份，通往西藏的铁路开通，拉芳舍也从中看到了商机。在海拔3600多米的拉萨市金珠路，开了一家分店。这个休闲场所总共有四层，营业总面积超过2400平方米，有100多张桌子，容纳聚餐人数可达到500人，这里是拉芳舍最为经典的连锁店。在延续以前的经营策略之外，拉萨拉芳舍里面还加设了木桶浴、麻将桌等项目。在此经商的温州人闲暇的时候可以喝咖啡，还可以品尝到家乡的美味。

与此同时，拉芳舍还被作为温州餐饮企业的代表，被编入《中国餐饮年鉴2005年卷》。

观念的变化更新是永无止境的，所以在经商之中就如同逆水行舟，没有创新就必然会倒退。观念是创新发展的生命，需求是创新的动力，偶尔改变一下经营的策略，有时候可能就会有意外的收获。



经商小语

做生意要尊重商业惯例，另外还要尊重数字，尊重科学，实际上这不是一个靠脑袋发热能做好的事情，需要用比较冷静的头脑来对待。企业不仅需要做大做





强，更要做久，做出自己的特色。

——北京派克兰帝有限责任公司总裁 罗建凡

在变化的市场之中做出决断

现代社会的商业竞争非常的激烈，竞争各方为了抢占市场，无不使出浑身的解数，不断推出新业务、新技术、新方案。生活在这样飞速发展的社会中，需要商人拥有最灵活、最敏捷的应变能力，根据形势的变化进行判断，纵观全局，在众多条件之内权衡利弊，及时做出符合时宜的决断。

苏乾国就是这样一位在不断变化之中把握商机，做出决断的温州商人。苏乾国的成功经历一直与上海的房地产有着渊源，上海的诸多楼盘都是因为他的“申瑞装潢”而驰名海上。但是“申瑞”最开始的经营范围只是销售建材，而且当年的经营非常不景气。1995年，当苏乾国刚把“申瑞建材”的经营方向转到上海房地产开发上面，房地产市场却出现了极大的震荡，出现滑坡。

苏乾国因此亏了一大笔钱，几千万元的房产出不了手。他在上海的建材生意也是不景气，陶瓷建材价格急剧下跌，积压在仓库中的建材又遭到盗窃。当初余款购买建材的门店倒闭的倒闭，跑路的跑路，人家欠“申瑞”货款没有办法收回来，“申瑞”的债主却是紧盯不放，苏乾国因为欠款而被告到法庭。

面对这“四面楚歌”的处境，他毅然将企业转型为室内装潢，可谓是改头换面——在上海这个拥有1500万人口的大都市，一支极为新颖的家居装潢公司脱颖而出，它的特点就是将那些看似非常平常的大众化装修，做成特殊的精品去修饰，并逐渐形成了“申瑞”装修队伍的风格和特色。因此，“申瑞”在装潢界创出了自己的名声，无人不晓。

2001年，苏乾国又将业务伸进了拍卖行中的烂尾房，专门收购那些因为各种原因没有建完的房子。这样的房子很多，开发商当初在建设房子的时候，由于经营不善而亏损，无力承担损失，或是携款私逃，工程因此就半途而废了，或破产还债，这些房子因此被送到拍卖行。这类房子在市场上一般都受到冷遇，原因很简单，一方面是这些房子没有什么好的影响，信誉度低；另一方面房地产开发们



都有自己的审美看法，要接受一个快要完成的工程，心里觉得不是很舒服。

但苏乾国认为，在市场上这些房子都是冷门，所以价钱非常低，以低价格买入即将完成的工程，在投资上来说绝对是一个大便宜，此后只要做得好，就不会发愁赚不到钱，所以许多遭冷遇的工程在他眼中都成为有待挖掘的金矿。

实地公寓地处上海普陀区中山路和岗皋路交界位置，眼看就要完工了，连外墙都已经砌好了，开发商的资金链断裂，支撑不住了，抛下 6000 万元撤离了。实地公寓的房子总共有 180 多套，已售出 31 套。这 31 套房子的购房款已经拿了出去，却眼看着工程停了下来，不知道什么时候房子能建完，业主们急了，于是一起到区政府进行上访。

2001 年 5 月，普陀区政府将这件事列为处理的重点工程，作为维护社会稳定的事情来抓，并以 2600 万元的价格在拍卖公司进行拍卖。虽然有 7 家进行报名参加拍卖，但是没有一家公司举牌。区政府也急了，他们听说温州人苏乾国对这一类的工程有兴趣，在长宁区拍过类似这样的项目，于是主动联系到了苏乾国。

苏乾国经过实地考察以后发现这是一块不错的楼盘。5 月 25 日，苏乾国的装潢公司以低于底价的 2500 万元拍得了这个位置。苏乾国又为这个公寓改了一个很有诗意的名字，叫“水岸枫叶”，这也有利于改变大众对于这个公寓以前的看法。同时，苏乾国又声明为入住“水岸枫叶”的所有住户提供菜单式装潢。虽然“水岸枫叶”以前没有什么好的影响，但苏乾国却以“申瑞”的知名度为客户提供信誉保证。他将公寓的价格定得也非常的低，每平方米 3400 元，在上海市区，这是一个非常吸引眼球的价位。

这样一来，“水岸枫叶”在销售上面基本没有遇到什么困难，在半年以内就将房子全部卖光。苏乾国不仅赚了钱，而且也做了一件为政府为人民排忧解难的事情，从而提高了“申瑞”的知名度。不管是有形的利益还是无形的利益，苏乾国都得到了。

在当今社会，这种素质已经成为一种新生力量，谁能更为准确地应对市场的变化，并能迅速地做出反应，谁就可以抢占到市场。

一位社会学家曾经非常深刻地揭示道：“一个人缺少了创新意识，他的生活永远得不到改变；若是一个社会没有了创新意识，这个社会就会停止不前。”因



此，要想获得机会，就应该学会求新。在成功的道路上并没有什么真正的金科玉律，全凭你的智慧以及敏锐的目光窥探市场的变化，灵活地改变方法，否则，很难在市场中立稳脚步。



经商小语

在中国，西门子面临的最大问题就是速度问题。对我来说，更快地做出决策是最大的挑战。

——前任西门子中国区总裁 贝殷思

贵在灵机一动

有位哲人说过：世界上并不缺少美，缺少的只是发现美的眼睛。同样，在现代商业活动中，商机并不缺少，而是看你是否可以看出商机。凡是有所成就的人，他们取得成功都有一个共同的特点，就是善于抓住眼前的商机。

温州商人在抢占商机上可以说是先知先觉，他们总是有一种超出常人的市场意识，勇于并善于捕捉商机、开拓市场，在别人还不知所谓的时候已经把握了商机，抢占了市场。

其实，在机遇面前，每个人都是平等的。而成功的人之所以可以抓住机遇，完全得益于他们在生活中总是留心，他们有一双捕捉商机的慧眼，当机遇来到的时候，他们就能迅速做出反应，灵机一动，从而可以将机遇牢牢地把握住。

几年前，温州青年孟飞的单位分给了他一套 50 平方米的房子，等他将很多的生活必需品和床搬进去的时候，他那张过大的书桌搬不进去了，于是他打算将书桌运到旧货市场卖掉，这时正好来了一个收破烂的乡下人，向他询问这个桌子卖不卖。

孟飞要 40 元。但是邻居说这个桌子在旧货市场只值 20 元，可是，乡下人马上掏出 40 元，说这张桌子他要了。

“在旧货市场里卖不到 20 元，你掏 40 元买走它，你打算怎么办呢？”他好奇地问。“在乡下，制作这样一个书桌，材料、加工费可比 40 元多很多的，我

打算弄回乡下卖。”乡下人说。

这个发现让他非常高兴。他马上与乡下的亲戚进行联系，在乡村的公路边上开了一家旧家具店，他把城里的旧家具搬到了乡下，结果受到农民的欢迎。于是他下定决心拓展自己的业务，又在乡村开了几家分店，结果也是生意兴隆，利润非常可观。

孟飞的生意非常顺畅，在农村，还有很多附近的集镇上的个体户们，不断要求加盟，连锁店就开了 100 多家。经营 1 年多时间，孟飞获得了非常丰厚的回报。

对于精明的温州商人来讲，当他们发现机遇以后，就会马上扑下去。此时，机遇不是一种机会，而成为创业的资本。创业的本身就是看到未来的前景，也就是“钱”途，不管是到了哪里，机遇必然伴随，唯一的诀窍就是要有一双慧眼。



经商小语

做企业一定要有思路。做企业的人，思维一定要敏锐，要活跃。

——奥康集团董事长兼总裁 王振滔

从别人的语言之中捕获商机

许多温州人可以从别人的谈话之中发现商机。

温州人李辉从部队退伍以后在一家国有企业任职中层干部，国企改革以后他下了岗。为了谋生计，他开始在全国各地找商机，两年间，他做过中药种植，卖过保健品，倒卖过建筑材料，最后不但没有赚到一分钱，还将十余年的积蓄赔光了。

更倒霉的是，他的一部价值 3000 多元的手机还在去往东北的火车上被偷了，而且正赶上妻子有事情找他，因李辉没有接手机而产生了怀疑，差点让两口子离婚。

不久后，李辉的朋友也遇到了这种情况。朋友将空空的手机套扔到了地上，



对着他无可奈何地说：“要是那个时候你提醒我一下就好了！”说者无心，听者有意，李辉在广东市场之中找到了“防盗手机套”，他马上购进了 500 个，回家以后马上就卖光了，这一次他净赚了 5000 多元。

李辉意识到现代的人已经没有办法离开手机。这时，他在报纸看到深圳、合肥等地有商家在销售“情侣手机”。经过他的实际考察，李辉发现深圳的商家虽然不收加盟费，但他们的供货价格与合肥当地的零售价是一样的，在深圳申请一个县级城市专卖权的费用相当于在合肥开设两个县级市的专卖权的费用，而且合肥公司的服务和产品质量都要比深圳好。

比较分析后，李辉马上与合肥经销“手机伴侣”的公司进行了接洽，在电话中他得知，这家公司不仅销售高级防盗手机套，还有可以自由转换号码的“手机双卡通”、能提供手机隐身功能的“手机隐身袋”，以及不让手机号码丢失的“手机号码备份器”和可以充任何手机电池的“随意充电器”。同时，只要在公司签订了“手机宝”的代理权，公司就会免费赠送。

这几种产品对于手机用户来说都非常实用的。李辉马上给合肥的公司汇去了 2700 元加盟费，签下了自己在安庆市下属的一个县的专卖权。

5 天以后，李辉就收到这家公司寄来的样品和使用说明。他又马上赶往手机店、移动联通代办点，并承诺卖出一件就会有信息费，采用鼓励的方法推销产品，其中包括：有可以随意充电的充电器；省钱快捷的双卡通；手机号码的备份器；最畅销的就是手机隐身袋，将手机放入袋中就可以让手机保持“隐身状态”，别人在对手机进行拨打的时候会出现“您拨打的电话暂时无法接通”，而不是“您拨打的用户已关机”的语音回复，从而达到了来电不想接电话的苦恼。

由于这几个产品非常经济实用、新颖贴心，有的手机商会当作礼品赠给客户，作为新手机的促销品或捆绑销售。订单突然一下就多了起来，公司赠给李辉的展品马上被订购一空，他很快向公司订购第二批货。

最让李辉高兴的是，很多的集团单位也非常青睐这一类小东西，他接连签下了两笔大单。有手机的地方就有这个产品的订单，李辉的销售业绩越来越好，他又将自己的经营范围扩大，聘请了很多有经验的销售人员进行推销。签约加盟仅 3 个多月的时间，李辉就将自己以前赔的钱全部赚了回来。



经商小语

一个成功的决策等于 90% 的信息加上 10% 的直觉。

——美国企业家 S. M. 沃尔森

世上不缺商机，而是缺少发现

发现并且掌握一条商机，有时候只需要一个机会，人就可能改头换面。

想要最先抓到机会，温州人觉得最应该做的就是摆脱自己的惰性，丢弃传统的束缚，改掉以前的坏习惯和骄傲情绪，随时准备改变自己的策略，去预见机会。在获得一个商机以后，还要对自己的潜能进行挖掘，由此发现更多的商机。温州人对于如何把握商机，从以下几个方面进行了分析。

1. 顾客不同，商机不同

如果我们经常去观察某些人的日常生活和工作，就会在里面发现很多的机会。在寻找机会时，可以将顾客进行分类，如农民、军人、教师、学生、女性、老人等，认真研究各种人群的消费习惯，机会便由此而来。

2. 有变化就有商机

大环境的改变，也会给各行各业带来转机，人们透过这些变化，就会预见未来的发展趋势，变化的种类有：产业结构的变化、科技进步、价值观与生活形态变化、人口结构变化等。

3. 在传统之中潜伏的商机

随着技术的不断更新，开发高科技领域已经成为现在社会最热门的产业，但是，在运输、金融、保健、饮食流通这些持续很久的产业中也蕴含着巨大的商机，最关键的问题就是开发。一粒普通的大米，假如到了温州人的手里，就像变戏法一样刻上字，“心心相印”、“福寿平安”，甚至可以写长篇的唐诗，然后





可以做成手工加工品如手镯、包饰扣、手机饰坠等，非常具有创新的色彩。一粒大米就可以引领一条致富的道路。

4. “反面”之中也有商机

将目光放在那些让人苦恼的事情上。因为是苦恼，人们都非常迫切地想解决这些烦恼，如果能提供解决的办法，实际上也就是找到了一个赚钱的机会。例如有些职工没有时间照顾自己的孩子，就有了托儿所；没有时间买菜，也就诞生了送菜公司。这些都是从“反面”寻找机会的例子。

其实在找寻商机的过程中还有一点是非常重要的，就是要对现代社会的信息进行关注，对聪明的温州人来说，广泛的信息渠道就是他们发现商机的来源。

虽说“辛勤者胜”，但辛勤的人也有失败的例子，在那些成功的辛勤的人中，也是有高低之分。还有一些表面上看上去并不辛劳的人，也能成功，造成这些巨大的差异变化，也就是商机不同而引起的。



经商小语

早起的鸟儿有虫吃，先人一步的生意最赚钱。

——中国商谚

找准市场的空白点

只有出现了差异才能出现市场，有差异才能让能力强的人在激烈的竞争中脱颖而出。差异化营销所崇尚的就是产品的“无法替代性”，即在产品质量、功能服务、营销等方面为顾客提供其他同等公司无法提供的技术。

肯德基和麦当劳做的炸鸡是最有名的，善于模仿的温州人也开始采用肯德基的经营模式进行跟风。

在 2000 年，温州商人宣杰在温州开设了一家与肯德基类似的快餐店。但是，非常的遗憾，不到四个月，这家店就因为顾客少而被迫关门了。

面对眼前的失败，宣杰并没有灰心。他经过深思熟虑，然后毅然拿出 200 万元，购买了一家新加坡经营童子鸡的品牌——多美丽，把温州及周边地区代理权买了下来。许多人认为，宣杰的投资必然是一场惨败，因为拿“多美丽”这样的小快餐店与国际知名快餐店叫板，必然会失败。

但让人没有想到的是，“多美丽”在温州的试营业阶段，生意非常火爆。三个月后，宣杰果断地在宁波开设了“多美丽”的第一家店，四个月後，又将店面开到湖州。

接着，瑞安、龙港、温岭、怀玉等经济富裕地区都有了“多美丽”店。如今，“多美丽”在温州已经多达 30 多家店，不仅可以与国际知名的快餐店进行叫板，而且也将多美丽的中国市场占据了一大半，以至于新加坡“多美丽”总部也到温州参观学习。

“多美丽”的成功非常让人羡慕，那么宣杰的成功秘诀是什么呢？宣杰认为，就是自己找准了市场的空白点，掌握了市场地位。

第一次的失败，主要是因为自己没有定义好，单纯地模仿而没有更多地把握市场。而投资多美丽后，宣杰深刻地意识到，要想占领市场，必须要与其他的快餐店有区别，大部分的快餐定位在青少年，而“多美丽”则定位于儿童。

差异化营销让“多美丽”避免了与其他的快餐企业正面竞争，以儿童为切入点，发现了市场的空白。实际上，带领儿童来“多美丽”的人不仅有青年人，还有孩子的父母、爷爷奶奶等，这样，“多美丽”的消费群体也就更加广泛了，这正是多美丽的高明之处。

另外，在经营上，温州“多美丽”又对自己的产品进行了更新，并且用自己培育的原料供给连锁店，以保证食品的质量，难怪“多美丽”可以在竞争激烈的快餐行业夺得一席之地。日本经营之神松下幸之助说过，无论什么时候，企业一直身处竞争激烈的漩涡之中。为了不在竞争中落后，必须将对手的动向、决策摸清楚。如果等对方采取行动的时候再想对策，在这个变化多端、竞争激烈的时代，必然是要失败的。可见，企业必须要对自己的定位明确，知道自己该走什么路，在竞争之中发现对手没有看到的空白点，使自己的产品一直在市场之中保持特色和优势。





经商小语

从一个角度办不到的事情，不妨从另一个角度试试看。

——美国迪士尼公司创始人 华特·迪士尼

明确定位，找准市场

关于发现商机与捕捉商机，营销学上有一种策略叫作“猫捉老鼠策略”：当一只猫发现一只老鼠的时候，它首先做的是非常安静地坐着，仔细观察老鼠的动向；然后，它会轻轻地走出几步，看看老鼠会有什么反应；当出现最佳的时机时，它会用自己最快的速度扑过去。猫的捕鼠方法其实也可以给商界人士带来灵感。西方人就经常用猫捉老鼠来比喻“走一步看一步”的摸索过程。

这种猫捉老鼠式的营销策略也是温州人一贯喜欢使用的经商策略。

温州的一家电器厂生产了一种电烤箱，原来是为了温州的特产烤鹅设计的。后来产品销入上海，但是几乎没有销售记录。原因是上海人并不喜欢吃烤鹅，当然对这种产品“不感冒”了。怎么办呢？

温州商人发现上海人虽然不喜欢吃烤鹅，但是对烤鸡却是情有独钟，于是灵机一动，就把原先的烤箱进行了改动，将烤鹅的烤箱变成可以烤鸡的，这样一来真是投其所好，结果让非常挑剔的上海人接受了这种烤箱。

温州的电器厂又相继推出了烤鸭用、烤牛肉用、烤兔用的电烤箱，配合着各地人不同的口味要求，采用不同的经销方法推到全国各地，甚至新疆的烤羊肉也可以用烤箱烤。

谁都知道，没有被发现的商机是非常宝贵的。在商机遍地都有的情况下，潜在的商机因为很难让人发现，大家往往都不会意识到商机在什么地方，一旦挖掘出来，往往会给投资者带来非常高的回报率。毫不夸张地说，有很多的富商就是因为发现了潜在的商机而致富。但并不是所有的人都有一双慧眼，要发现潜在的商机，虽然并不是所有人都是火眼金睛，但最起码要眼中有财。

温州人林华一直在外地工作，因为自己的身体太胖，经常苦恼买不到合适的

衣服。有一次，当她从第六家服装店走出来的时候，心情有些失落，难道在这么大的城市中买一件合适的衣服真的那么难吗？

从生完第二个孩子以后，不到 3 年的时间，林华的体重一直在增加，很难买到大号而且又漂亮的时装。新款的时髦服装没有大号的，有大号码的衣服不是过时就是难看。时装设计师和商人们只将目光投向那些体型偏瘦的女人身上，却没有关注到有一定人群的肥胖女人。

无奈的林华只能是亲自动手制作那些精美的时装了。幸运的是，她是一个服装设计专业的高才生，这对她来说并不是很困难的事情。

有一天，从超市回来的路上，林华遇到了与她身材非常相似的两个人。她们惊讶地问她的衣服是从哪里买的。当林华告诉她们是自己做的时，两个胖女人失望着离开了。林华回到家中，突然有一个念头闪了出来：那为什么不开一家服装店，专门卖为胖人设计的时装呢？

第二天，林华就开始紧锣密鼓地筹措起来。新店开张后，生意出乎想象的火爆。原来，竟然有那么多胖女人希望穿到适合自己的时装。没过多久，林华的时装公司开了不少的分店和经销处。她每年都会定期到各地进布料，在全国各处寻查自己的连锁加盟店。

最让林华高兴的是，她每天都可以穿着自己设计的时装逛街。林华创办的时装公司的名字叫作“胖胖美丽屋”，服装店的生意非常好，这与她的经营思路有着很大的关系：一般的服装店都会将衣服分成大小号四种，林华则采用人名代替尺码。

丽丽表示小号，思思就是中号，珍珍是大号，莲莲代表加大号。这样一来，顾客选购的时候，店员就不会说“你应该穿加大号的”，可以替换成“穿莲莲的挺合适的”。

林华说：“我注意到，所有在店里购买大号和加大号服装的女性，脸上的表情都不是很愉快，而改个名称就不一样了，况且这些名字等都是非常响亮的。”

在挑选店员时，林华也有自己的打算，站在大号 and 特大号服装前的店员都是身材比较胖的，无形当中让顾客消除了腼腆的情况，因而顾客盈门，自然有丰厚的收益。





温州商人对于商业竞争有着非常清楚的认识，在激烈的竞争中，精明的温州商人总是可以反其道而行，这也是很多温州商人可以成功的要诀。



经商小语

市场是创造出来的，而不是调查出来的。

——日本索尼公司创始人、董事长兼总裁 盛田昭夫

第4章

经商贵在抢先，把握根本赢得竞争

对于现代经济社会来讲，一切可以创造价值的东西都可以称为财富，这其中也包括各类信息，谁最先获知信息，谁就能占得先机，取得市场的主动权。这也使得商家可以在博弈之中获得更多的筹码。所以越来越多的温州人将收集有价值的信息作为经商之中重要的决策。

只有具有远见的商人才能在市场之中占据先机，在别人没有察觉或是即将着手的时候，早已经做好了准备，这样的抢先，也是温州人得以取得成功的一个重要原因。

有价值的信息就是财富

假如想在生意上获得成功，首先就必须掌握足够的信息，国家的政治、经济、外交，甚至国家出台的任何一项政策，都可能是一次赚钱的机会。

假如商业的开发没有信息的支持，犹如在黑暗之中乱摸，早晚会碰壁的。温州人能取得生意成功的因素有很多，具有一定量的信息资源是不可缺少的。早在20世纪80年代初，有无数从事推销行业的温州人在外地活跃，他们的工作还有一项职责——信息采集员。

信息采集员为温州商业的原始积累做出了巨大贡献，他们不仅在全国各地推销产品，而且同时也对信息进行搜集：什么地方商品卖的紧俏，什么地方货物便宜，什么地方的人是什么样的性格……回到家乡后，他们就会相互沟通，进行信息整合，一个个的商机因此而诞生。如此周而复始，形成了良性循环，难怪他们走到哪里都有市场。

当今时代，信息作为重要的战略资源，已经和能源、原材料等构成了现代社会生产力三大支柱之一，可以说有利用价值的信息就是财富。信息随处可见，报纸杂志、广播、电视里的新闻中都涵盖着大量的信息，甚至街头巷尾都有信息，其中就蕴含着无限的财富，关键是我们能否从这些信息之中看出财富。

怎样将有价值的信息转换成财富呢？首先就需要将自己的信息敏感度提高。在生活中、工作中随时可以看见很多的信息，不能只是随便地浏览，当听到或间接地得到一条信息以后，要从市场的角度去看待、论证，然后将不同性质的信息按照不同项目、市场所需情况进行细致的分类，提供给自己的大脑。依据自身条件，然后在里面找到信息之中的商机，才能捕捉到市场的联动现象，从而做出大胆有远见的决策。

商场如战场，商战如实战。在企业经营或个人经商的过程中，商业情报的作用也是一项商业武器，甚至对商业事务起到决定性的作用。因为信息之中蕴含着财富，商机就是财富，精明的商人可以从听到的信息之中发现财富。一条重要信息可以带来巨大的收益甚至可以救活一个濒临破产的企业。这都说明：信息可以

创造财富，信息就是财富。

生意场中，谁善于收集有益的信息，谁善于以开发的眼光看待信息，谁就占据了市场的主导地位。作为商人，就应该善于眼观六路、耳听八方、审时度势、灵活善变，这样才能占据市场的主导位置。而温州商人就是可以在别人没有意识到的时候，善于捕捉信息，利用信息来赚钱的。



经商小语

信息快半步，技术快半步，企业就能领先一大步。

——浙江卡森实业有限公司董事长 朱张金

先发制人，以快打慢

先发制人，以快打慢，任何事情都应该抢占先机，抓住眼前转瞬即逝的时机，往往可以获取事业的成功。在这一点上，许多温州人都堪称表率。

1983 年春节，有位华侨向温州老家打电话问：“根据美国警察总署发出的最新消息，美国警察要换服装，34 万人，需要 68 万副标章，每人两套警服就是一百多万套，你们能不能做？”

两个温州商人马上坐飞机赶往美国，向美国警察总署署长洽谈合作意向。美国人认为中国的工厂根本没有办法制作出一流的标章，便想拒绝。这时，两个温州老板非常镇静地说：“中国有一句古语‘耳听为虚，眼见为实’，你们可以派两名调查员到我们的工厂调查，费用我们全包。”

也许是因为报销费用没有损失，也可能抱着试一试的想法，两位警察署的工作人员到了温州，工人表演了从制作到完成只需要 35 分钟的加工过程。

几天后，美国人带着制作好的样品回到了美国，美国警察总署领导一看，价格只是本地企业的一半，而且不用付定金，这是非常划算的生意，便立刻与温州商人签下了订单。

温州人并没有放松国际市场，又拿下了联合国维和部队和驻港部队标章的





订单。

事实上，不管从事哪个经商领域，温州老板抢占商机的速度都是惊人的，往往在前一天知道商机，第二天就与人家签订合作合同。“快”字体现了温州人经商的又一特点。

温州人的经营原则就是务实和速度。温州人是一群敢于做第一个吃螃蟹的人，他们不止依靠国家的政策扶植，资金的资助，他们更依靠他们的聪明才智和不怕吃苦的精神，先拓展市场，然后以惊人的速度介入。他们始终坚持薄利多销的经营原则，在短短的几年内以微薄的利润计算盈利，迅速完成了最初的资本积累。

现代社会的竞争一直与速度有关。谁能真正地超越时代的步伐，谁就占据了市场，抓住了未来。温州人一直是迎难而上的先驱，他们用自己的行动证明：在现代商战中只有掌握速度才能掌握一切。



经商小语

新经济时代，大鱼吃小鱼将逐渐被快鱼吃慢鱼所代替。

——美国思科集团总裁 钱伯斯

追求效益，绝不浪费一分钟

温州人活得太现实了，谈起钱来，总是滔滔不绝。为了赚钱，温州人一直在转换思想。人与人交往，是因为有相关的利益才会来往，反之，则认为这是在浪费时间。和温州人谈生意，除了经商以外，一切都少谈，赚钱才是第一重要的事情。

温州人以赚钱为人生第一要义，视金钱为自身价值的体现。他们辛辛苦苦地追求金钱。为了赚钱，他们从不叫苦，忙忙碌碌，整日为了利益奔波劳碌，可以说是不遗余力。温州人生活在“钱眼”之中，也不愿钻出来。

他们珍惜时间就如同爱惜金钱一样，一直坚信时间就是生命，珍惜每一分每

一秒，讲求分秒都是金钱。

温州人是最会赚钱的，也是最匆忙的一群人。当北方人家灯火都熄灭的时候，大家已是在梦中游走的时候，温州人才刚刚从自己办公室的椅子起来；当别的城市的人们欢喜地度过周末的时候，闲来无事访亲问友的时候，温州人仍在谋划自己的商业计划。

在温州人的意识中，珍惜时间、不能错过时机的观念非常强烈。他们东奔西跑，想把每一分钟都转化成效益。这虽然要付出更多的辛苦，但也因为将每一分钟都转化为金钱而成长。由于他们特别珍惜时间，因此，他们的效率非常高。

温州人做生意，动作非常快，“上得快，转得快，变得快”，这是人们给温州人办事效率的评价，也是温州商人可以在商界有重要位置的一个原因。

现在的温州人一般都有第二职业，也就是说并不满足现在本职工作的报酬，而在业余时间，有不少人因为经济原因，不得不多打一份工，而有一部分人却不缺钱，而仅仅是因为觉得时间浪费太可惜，所以才找一份零工。

例如，有一些文学功底好的人，只要有一些知名度，便除了自己本职工作以外，还承包很多的报纸杂志的专栏写稿。温州报业非常发达，各种报纸种类繁多，而绝大多数的版面都是个人承包，他们未必自己亲自写稿撰文，而是雇用许多有文化的人为其写稿。

要与温州人做生意，可不要懒懒散散的。一是容易错过良机，误了生意；二是与温州人的脾气不投，步调不一致很难取得成功。

很多外地人对于有钱的温州人都持有偏见，甚至颇有微词。其实温州人是靠正当方法赚钱的。他们的财富并不是凭空取得的，绝大多数的温州人是凭借自己的勤劳和勇于拼搏的精神获得财富的。



经商小语

为提高工作效率，应当研究节省每道工序用时的方法。这里节省一秒，那里节省一秒，日积月累，就能节省几万秒、几十万秒。

——日本本田公司创始人 本田宗一郎





敢走没人走过的路

螃蟹在以前是让人畏惧的，但是，自从第一个勇敢的人吃过螃蟹以后，人们开始相信，原来螃蟹也是能吃的。温州人就是喜欢做第一个吃螃蟹的人，敢于走别人没有走过的路。

美特斯·邦威的创始人周成建就是一个喜欢做第一个吃螃蟹的商人。在 20 世纪 90 年代中期，一些知名的国际服装品牌开始在温州出现，由于外国品牌服饰在质量上非常好，因此，生意特别火爆。

温州人周成建根据自己的经验，预示到未来中国的休闲服装会出现方向性的转变，像过去那样一直跟风仿制是没有出路的。于是，他非常果断地推出“美特斯·邦威”的商标，随后在全国和 10 余个国家注册了商标。周成建已经站在了事业发展的起点，从此，美特斯·邦威的宣传到位，知名度甚至超过一些国际品牌。

在美特斯·邦威的发展中，周成建非常注重品牌的宣传力度。美特斯·邦威曾经制作过一件 10 米长的大风衣，这件巨大的风衣不仅吸引了多家纸质媒体，还吸引了《东方时空》采访组的注意。结果，这件巨大的风衣与周成建都步入了荧幕，这相当于给美特斯·邦威做了一个免费而且有巨大效应的广告。

在 1996 年 1 月，美特斯·邦威打算在温州五马街开一家专卖店。为了让大家引起注意，周成建经过深思熟虑想出了一个“红地毯”的策略，当天，温州五马街的整条街道都铺上了红红的地毯，成为温州市民眼中的焦点。又过了一段时间，美特斯·邦威又在当地的广场举办了大型的服装展销会，又采用了“红地毯”的策略。

当时，1 万多平方米的广场上面铺上了颜色鲜艳的红绿地毯，而且汇集了来自全国的 82 家美特斯·邦威的专卖店。展销会一直持续了 10 天，顾客如潮，销售业绩非常喜人。温州市领导亲临现场，大加赞赏美特斯·邦威的敢为人先的精神。

永争第一、永做一流一直是温州人经商的信仰。想别人不敢想的事，做别人

不敢做的事。从第一个个体经营店到首家在香港上市的民营企业，从第一家股份公司设立到第一家自然人控股的上市公司，几乎总是沿着时代的脚步走，在最前面永远可以听见温州人的声音。

弃官从商，从大众的角度来看，似乎得不偿失。但在温州，不少当地的官员乃至副市长，放着非常稳定的公务员不当，竟下海经商，这在温州老百姓看来，并不是什么奇怪的事情，当官与经商的未来都有自己的舞台。

温州商人相信，只要敢于尝试，走别人不敢走的路，再加上踏踏实实、勤勤恳恳的努力，就没有赚不到钱。做惊人之举，敢为人先，就是因为有这样的胆识，温州人在现代经济发展史上抒写着很多的第一。我们不得不对这些温州人心怀敬意，因为在他们身上一直有一种敢为天下先的精神。



经商小语

我喜欢挑战，我喜欢危机管理，我喜欢从事需要果断决策的复杂的商务经动。

——美国 IBM 公司董事长兼总裁 路易斯·郭士纳

化腐朽为神奇，变废为宝

温州人因精明而为人所知，但是在温州人看来，精明也是需要灵感与智慧的。在温州，有一个普通的陶瓷厂工人，因为厂子经营不景气而下岗，但是不久之后，这位下岗工人成为一位富翁。他就是王麟权。

下岗以后的王麟权一开始也不知道做什么好，一个四十多岁的男人就憋在家里，心里非常不痛快。这天，他发现自家的坐便器堵住了，怎么也弄不通。心情本来就很烦躁的王麟权就和坐便器较劲，必须疏通好才罢手。开始的时候他就是胡乱地捅，忙乎半天也没有通。

这时，在王麟权的大脑之中突然涌现出一个想法，他开始琢磨：既然我因为坐便器的原因这样的苦恼，说不定这世界上也有不少的人为堵了坐便器而烦恼



呢，如果我可以发明一个疏通坐便器堵塞的机器，那不就方便了大家，救了大家的急吗。

想到这里，王麟权马上意识到这是一个不错的商机，于是精神就提了起来，立刻动起手来。他虽然文化水平不高，但是一直在陶瓷厂工作，天天与卫生洁具打交道。更重要的是他有一种自力更生的毅力。经过反复试验，他终于研制出了专门用于便池除垢、下水道疏通的化学药剂“洁厕精”和“塞通”，这两种产品都取得了国家专利。

“洁厕精”和“塞通”成功研发后，王麟权一边设立公司进行销售，一边申报专利保护。由于产品的需求量大，而当时还没有同类生产商家，王麟权的产品迅速在市场上大卖，尽管公司的生产规模不断扩大，有时还是供不应求，订单堆满了抽屉却来不及生产。自强不息的精神让王麟权成为温州巨富。

不靠、不等、不要，从自身的努力出发，坚信创业是一个人不息奋斗的过程，这就是温州人的观念。假如说下岗的王麟权成为富翁是一个传奇，那么说王明购买烂鱼塘发财的故事，就是化腐朽为神奇了。

温州青年王明正是凭借自己敏锐的嗅觉，从烂鱼塘之中淘出了几十万元。1986年，武汉的汉西二路，当时的村委会对村前面占地四五亩的烂鱼塘非常的苦恼，一直想请人填埋，但是村里的账上面没有这么多钱。这时，在此地打工的温州小伙子王明听到了这个消息，经过仔细地研究，他认为这个烂鱼塘还是有利用价值的。于是和村委会签订了长达30年的承包合同，合同期5年一订，前5年先向村里面缴纳2000元的承包费。当地的村民都以为他有病，等着看他出洋相。

原来，王明在考察烂鱼塘周围的时候，发现烂鱼塘的周围有一家废品收购站。他了解到，当时有关部门正在为没地方填埋垃圾而头疼。于是他就和废品站的老板周先生签订了协议：周先生负责联系，免费让有关部门到这里填埋垃圾，而废品收购站则雇用人挑拣垃圾，回收的废品的收入一人一半。为了让更多的垃圾资源运到这里，王明还按照车数给收垃圾的司机提成。结果，只用了半年的时间，他就将烂鱼塘填满了，王明还赚了2万多元。

将鱼塘填完以后，精于商机的王明立即在上面盖起了房子出租，并且在房子

周围种了很多树。几年之后，从前的烂鱼塘变成了环境优雅的四合院。后来，又赶上了城市规划建设，他承包的土地被征用，仅土地转让获利就达 50 万元。

温州人赚钱一直是从最平凡之中发现商机，在世人眼中通常没有价值的东西温州人都可以从中发现赚钱的机会。在温州人看来，世界上没有什么东西是没用的，只要你善于挖掘，总会发现致富的门道。



经商小语

创新是唯一的出路，淘汰自己，否则竞争将淘汰我们。

——美国英特尔公司创始人、董事长兼总裁 安迪·格鲁夫

商人的特有敏感

武汉万家隆超市有限公司董事长罗云远是一名功成名就的温州商人。

在 1987 年的一天，16 岁的罗云远带着 100 多元闯荡世界。可是到了武汉以后，他身上就剩几十元了。那时候，他开始发愁自己以后的花销，每餐都吃最便宜的清汤面，几天后，吃面也吃不起了，就这样饿了三天。

后来，没有办法的他向老乡求助，借钱租下了一个门面，又四处找人，从老乡那里筹集货物，于是这间非常简陋的小店开了将近一年，生意只是可以维持自己的生活。

他觉得自己不能总是这样，不久以后就开始经营五金电料。这次他可是占据了货源的优势，温州的龙湾区是生产五金电料的基地，很多的亲戚朋友都是经营五金电料的，1993 年，罗云远用每月 1000 元的价格租下了清芬路上一个 30 平方米的店面，从朋友那里赊货做批发。

他开始施行亏本经营的策略进行销售，吸引了不少的客户，销售额度增长很快。这样高进低出的经营一年只是亏损了 2 万多元，但厂家“借”给他货物的价值已经是几十万元了，罗云远就用这些货款借鸡生蛋，如卖出货款 20 万元，然后再购回 100 万元的货，就这样拿出资金扩大自己的生意。





1995年的一天，在与朋友吃饭聊天的时候，他就很随便的问一位从事电力行业的朋友下一步会有什么大动向，对方透露湖北省电网将实施全面改造。

说者无心，听者有意。罗云远凭着商人特有的敏锐，意识到里面将会有巨大的商机。他想：一旦改造电网，肯定会需要电缆、电表、电线等五金电料，如果每户必须要更换一块电表，那将是多么大的需求量。

为了能迅速地抢占商机，罗云远在最短的时间内到达浙江，找到了一家中外合资的五金厂，在无人竞争的情况下，就得到了五金厂在湖北的独家代理权。而那时的湖北市场上，符合国家电表规定的五金厂并不多。就这样，湖北的电网5年改造完成，手握符合规定电表的罗云远一下子就拿到了2000多万元的订单。

但是，这时的罗云远对于五金电料所带来的微薄利润越来越不满足了，他一直在找寻更大的商机。后来，在一次温州人的联谊会上，罗云远得知一个影响他未来发展的消息，飞利浦国际照明集团打算与国内的企业联合建厂，开发中国市场。他很心动，通过一位在法国经商的同乡，他和飞利浦签下了合同。

接下来，罗云远将目光放入了广州的中山古镇这个全国最大的灯具集散地，斥资1000万元，收购了当地一家工厂，利用当地有原材料、贴近市场等各种有利的资源建起了灯具公司。该企业投入生产后，一年就获得了2000万元的盈利。

历史上每次宏观经济的调整 and 市场的波动，温州商人都能在最短的时间之内察觉，因为他们洞察力强，可以依据宏观的经济形势做出正确的判断。



经商小语

生意场上，机会稍纵即逝，只有善于捕捉时机，果断决策，才能成为生意场上的常胜将军。

——美国西方石油公司董事长 阿曼德·哈默

行动成就梦想

精明的温州人都非常信奉“行大于知”的道理，因此在经商的过程中，他们无一例外地立足于市场，采取实际行动制定战略决策，进而抢占商机，增强自己的实力。

在意大利打拼多年的温州商人詹杨毅可以说是一位行大于知的代表人物。正因为他能看准时机、迅速行动，才得以从当年流落异国的山里娃变成了意大利侨商中的“鞋王”。

刚刚来到意大利的时候，詹杨毅在亲戚家的工厂做帮工，不久他又自己到了外国人开设的钢厂打工。在这里的工作非常的辛苦，但是詹杨毅与老外的交流过程中，锻炼了自己的外语能力。同时，在与当地人进行广泛的接触以后，他还学到了很多新颖的经营、经商理念。

经过一年多的打工生涯以后，詹杨毅决定开始自己创业。他自己承办了一家皮包加工厂，开始了“白天做老板，晚上睡地板”的生活。有一次，他在与一位意大利顾客交谈的过程中得知对方急需订购 6 万个皮包。詹杨毅马上决定接下这项业务，于是夜以继日地加工皮包，最终完成了合同，赚到了他人生的第一桶金。

在这次生意取得成功以后，詹杨毅进一步扩大经营。他随后开始经营箱包批发生意。接着，他看准了市场，又迅速出击，开始着手于皮鞋出口生意，与家乡温州“中国鞋都”形成了呼应。在经济形势非常好的情况下，他以最快的速度出击，开了一家大型超市。发展趋势越来越好，接着，又抓住时机开设了一家连锁超市。加上之前开的另一家大型超市，詹杨毅在意大利总共有三家大型超市。

他的知名度逐渐提高，无论是政府官员还是业界人士，都对这位年轻有为、每年上缴税款 200 多万欧元的华商另眼看待。

詹杨毅从经营皮包生意开始，到生意越做越大，每一次都是非常迅速地出击，以行动取胜，从不放弃眼前出现的商机，只要时机适宜，他就从不犹豫，虽然有时也会损失，但是随着詹杨毅的经验不断地积累以及思维的成熟，所做出的





决策的失误也越来越少，而这些经验也是在经营的过程中总结出来的。

在机遇面前，总是畏首畏尾，或者犹豫不决错失良机，都不会抓到机会或是取得成功。该行动时就需要迅速出手，即使不能十拿九稳。看准了就迅速地出手，认为正确就马上行动，只有这样才能融入不断变化的经济环境之中。



经商小语

我们发现，只要我们敢于朝着那些看似不可能的目标不懈努力，最终往往会如愿以偿。哪怕我们最后没有实现这一目标，我们也会发现，最终的结果肯定比我们预想的要好得多。

——通用电气公司原总裁 杰克·韦尔奇

利用明星广告，提高产品的知名度

找明星做产品的代言具有一定的影响力，可以帮助企业和产品提高知名度，同时也更有说服力。同时，名人的形象个性与品牌相联系，也大大地提高了品牌的亲和力，往往一个品牌也代表了一个人的品格与修养，品牌与明星的代言是珍贵的无形资产。

温州商人在品牌的宣传策划上有自己的看法，他们充分利用代言人的形象来塑造品牌的魅力，有意识地将自己的牌子打响。

1998年，报喜鸟服饰最早的形象代言人是任达华。据说，当任达华决定与报喜鸟服饰签约的时候，董事长吴志泽恰好不在公司，他在电话里做出决定，花费重金让任达华做公司的形象代言。从此，报喜鸟服装的品牌一下子在中国打响。

2000年，温州市市长专门请世界名模克里斯蒂娜·希弗任温州服装博览会的形象大使。从此，温州服装为了打响品牌，开始聘请明星作为自己服饰的代言人。

2000年9月，周华健签约成为庄吉服饰的形象代言人。周华健还开玩笑地说：“等庄吉等了40年了。”周华健曾经担任过很多名牌产品的代言人，但服

饰的广告却是第一次。周华健认为，庄吉西服庄重典雅，具有贵族气质，而且穿着彰显活力，非常符合自己的形象。

2001年6月，郭富城出任美特斯·邦威的形象大使。郭富城说，自己之所以选择为“美邦”做代言，是因为“美特斯·邦威不走寻常路”。美特斯·邦威作为休闲类知名品牌，在品位、质地、颜色、定位等方面都可以将人的个性一面表现出来，郭富城还专门拍摄了一个叫作《不寻常》的MTV。

2001年6月，古天乐担任了法兰·诗顿形象大使。同年9月，梁家辉和张柏芝以男女主角的形象担当了法派服饰的形象代言人。

2001年8月，世界重量级拳王霍利菲尔德为天津应大皮革服饰做代言。天津应大皮革时装有限公司的老板就是温州人应泽丛。1999年，应泽丛参加了“中国文化美国行”活动，经朋友介绍，认识了霍利菲尔德，经过多次的磋商，一年后双方正式签约。2003年3月，霍利菲尔德以“应大”形象代言人的身份参加了中国国际服装博览会。同时，他还配合“应大”公司制作了广告片和宣传册。

让自己的产品像明星那样有知名度，这种美好的愿望是商人所希望的。但是，请什么形象的明星做代言是非常有学问的，尤其是明星所展现的风格要与产品相协调。比如西服类一般都会聘请非常有型的明星，运动型服装一般都会青睐活泼青春型的明星。

奥康皮鞋旗下的“美丽佳人”品牌就聘请了广告美人李嘉欣做代言，李嘉欣的气质与“美丽佳人”的品牌非常吻合，结果，新品牌“美丽佳人”成为家喻户晓的品牌。

请明星为品牌拍广告，就是宣传，同样需要看重广告的宣传策划。有时候，良好的策划会超出明星效应。

比如，“美丽佳人”选择李嘉欣作为代言人以后，就推出了一系列的广告。首先，奥康在多家有影响力的媒体刊登大幅广告，称有一位美丽佳人要嫁到温州；然后，奥康逐步推出“这位美丽佳人是谁”、“她要嫁给谁”，这样的策划非常吸引人的眼球；最后，奥康把李嘉欣和“美丽佳人”品牌一起展示出来，消费者一下子就记住了这个品牌。而李嘉欣为“美丽佳人”五马店开业剪彩，更为奥康赚足了面子。



明星代言也是有负面作用的，产品质量好，产品销量就好。但是，若是明星的人气降低。或者明星本身出现一些突发情况，形象受到损伤，他所代言的产品也随之受到影响。因此。在选择明星做代言的时候，必须要注重明星的品德、形象，尽量避免可能出现负面影响的情况。



经商小语

广告不是唯一的竞争手段。要在风云变幻的市场中长盛不衰，归根结底要看产品质量、售后服务、价格等多种因素。广告称王，不等于市场称王，广告明星决不等于市场明星。

——迈克尔·里杰斯特

给好产品取一个响亮的名字

起名字的事情可是非常有学问的，不少温州企业家，为了给企业或是产品取一个好的名字，可以说是下了很大的功夫。只有给企业选一个好名字，才能让企业获得更好的知名度，让人耳目一新，记忆深刻。

温州商人在为自己的产品挑选名字的时候，大多数都会选择那些比较容易记住、寓意吉祥、耳目一新、读起来朗朗上口的。有的企业和产品的名字，可以让人拍案叫绝。比如“正泰”电器所包含的意思就是品正则泰然。

“庄吉”服饰所包含的意义就是庄重一身、吉祥一生。“陆陆顺”鞋业的意思就是陆陆大顺。还有“报喜鸟”服饰、“红蜻蜓”鞋业，等等。有一些温州的企业名字特别的洋气，也是为了迎合大众崇洋的心理，就给产品取一个非常像外国品牌的名字，如“美特斯·邦威”、“拜丽德”、“斯尔丽”、“澳伦”等。

总之，给产品、企业取一个响亮的名字，非常有利。或许很多人不是很在意，但是它的确有其现实意义。有一位温州女老板希望自己的餐馆可以走红，让自己的招牌更响亮，尽管她绞尽脑汁，尝试采取各种优惠活动，但是都没有取得预期的成效。

一天上午，心情非常烦躁的她打开了电视，荧屏正在播放由著名表演艺术家赵丽蓉和巩汉林演出的小品《打工奇遇》。

当由巩汉林扮演的老板将白菜、萝卜之类的家常菜经过加工，居然起了一个很吸引人的名字“群英荟萃”，她禁不住笑了出来。也许是因为希望自己的餐馆生意很快好起来，一个非常奇妙的想法在她脑海中出现了：为什么不来一个“菜名包装”？推出一些非常有趣、让人耳目一新的菜名，这样也许就能吸引顾客上门。她认定包装菜肴一定会让菜馆的经营更加的火爆。

虽然说起一个好的菜名并不是很简单，可对于这位饭店老板来说正好发挥了自己的长处。首先她酷爱文学，有很深的文学功底，她脑子里储存的很多唐诗宋词可以供她联想，使她的菜名更具文化气息，再加上她已经经营了三年多的菜馆，对于菜肴的搭配已经非常的熟悉。两者结合起来后，她绞尽脑汁思考，终于想出了一荤一素两道菜的名字：“青龙卧雪”和“走在乡间的小路上”。

把菜名起好以后，她便在店的门上贴出了大幅的海报，推出这两道优惠菜。一时间，进店的顾客很快就被这两道菜吸引了，既有诗意又颇像谜面的菜名让顾客受到吸引，很多顾客纷纷希望可以在第一时间吃到这两道没有听说过的菜肴。

当服务员彬彬有礼地将这两道菜端上餐桌的时候，众食客非常吃惊，原来“青龙卧雪”就是在白糖上面放了一溜黄瓜，“走在乡间的小路上”就是红烧猪脚放在摆满香菜叶的盘子上。

顾客明白后，非但没有上当受骗的感觉，反倒一个个乐得合不拢嘴，拍手叫好，对老板娘的创意非常的钦佩。新菜名推出仅仅 3 天的时间，慕名前来吃“稀罕菜”的顾客就有 200 多人。

“菜肴包装”有了一定的成效，饭店老板也更有信心了，她除了注重菜肴的味道和质量，继续琢磨如何给菜肴取更好的名字，打算在每周都推出其他饭店没有的自创菜品。

一周后，她又想出了两道非常有意思的菜名：“母子相会”和“火烧冰山”。一听到这两个很特别的名字，你一定会觉得这是两道非常珍贵的菜肴。

其实，这两道菜再普通不过了，“母子相会”就是黄豆炒黄豆芽，“火烧冰山”就是西红柿上拌白糖。这些家常菜经她的巧妙包装，居然有了非常吸引人并



且有食欲的名字，让人越琢磨越觉得有意思，越品味越有趣。顾客们不仅吃到了可口的饭菜，更觉得是一种精神的享受。

菜谱上这种独特的饮食文化，吸引了不少非常有眼光的顾客。这些人到饭店来，都是来听老板来讲这道菜的含义的。凭着包装菜名，饭店生意非常的红火，老板不仅让自己的饭店生意有了改观，而且也拓展了餐饮界的市场。

现实生活中。不要小看起名字的作用，一个好的名字，可能给你带来的不只是好运，还有更长远的商机。在温州商人看来，无论是企业的名称，还是产品的名字。不“名”则已，一“名”惊人！



经商小语

不要找毛病，去找解决问题的办法。

——美国福特汽车公司创始人 亨利·福特

抢占商战中的“制高点”

在商人堆里面最了解最熟悉市场规律的就要数温州人了，他们根据市场的走向运用资金，当然，运用资金的最终目的就是获得更多的金钱。

上海贸易最为发达的地区非南京路莫属，由于这条路上面汇聚了各方的豪杰，这里面可以说是连一点缝隙也没有了，因而要想走进里面分一杯羹几乎是没有什么可能的，而且并不是有钱就可以在这里落脚。但是，温州商人却有自己独到的方法。

出身渔家的温州人郑荣德早年就到上海谋生，他一手创建的华东电器集团在上海名声大噪，越做越大，成为上海商界最为瞩目的黑马。

作为温州人的一分子，郑荣德也一直希望自己的产品可以入住南京路，获得商界的认可，将自己的企业发展得更大。1997年他经过考虑将公司设立在了上海四川中路410号，因为这里离南京路特别的近。2000年5月，他又将公司搬到南京路附近的河南中路与天津路交叉口，在这里建了一栋非常气派的六层办公楼，

整体装修非常的典雅豪华。按理说，河南中路与天津路交叉口也一直属于商业非常豪华的地段，也是上海对外的重要窗口，很多来往客商驻扎在这里。但在郑荣德心里，这并没有达到目的，作为力求完美的温州企业家，入住南京路不仅是关乎自己的面子，而且是自己公司未来发展的重要一步。

2001年夏，上海新世界集团在南京路上面盖了一座九层的商业大厦，郑荣德了解该集团并没有打算经营，而想着如何出让。而在他刚刚得知消息的时候，新世界集团的决策层面刚刚将消息透露出来，消息很快在上海商界传开，当即便有人闻讯而至，与新世界集团进行谈判、接洽。

由于新世界集团知道这栋大厦位于南京路最为重要的地段，因而待价而沽，并没有急于出手。郑荣德得到消息有些晚，但他一经听说，便与新世界集团进行协商，而后立即召集公司的决策层进行讨论，共商购楼大计，并且做足了购楼的准备，草拟出好几套购楼的方案。

对于上海新世界集团的意图郑荣德非常了解，也知道这幢大厦所代表的意义，知道必须要全力以赴，敢出别人觉得亏本的钱。根据郑荣德的请求，新世界集团同意与华东电器公司谈论出让协议，但他们准备不足，原本想相互了解一下，交换一下彼此的条件，以后的谈判可能会持续很长的时间，同时他们并没有想到会达成协议，因为以往的谈判对手非常难以接受他们开出的价码。而在华东电器一方，郑荣德却表现出了自己的诚意。

知己知彼方能百战不殆。为了可以在首次成交就达成交易，缩短交涉的时间，断绝其他公司购买大厦的意愿，使大厦归于华东电器集团，郑荣德已经从各个方面打听出新世界出让大厦的条件。

为此，双方见面打招呼以后，郑荣德便非常直接的拿出一张购楼意见书给对方，显示了自己的真诚。“新世界”并没有想到对方是这样的有诚意，因而也没有隐瞒自己出让的低价，未经几番谈判，双方只用了 90 分钟便达成了协议，成交的价格是 3 亿元。

对一家民营企业来说，3 亿元的确是一个惊人的数字，加上购买完大楼以后还需要花费上千万元进行装修，何况这样大规模的投资不一定可以预见未来的收益，了解这场交易的人士并不认为郑荣德做了一个明智的动作。这一议论也一直



在华东内部流传。

但是郑荣德一直坚持自己的观点，他在股东会议上坦言说，他并没有想购买这栋楼可以赚多少钱，而是为了提高集团在上海市的知名度，强化这种知名度，使人们一旦进入南京路就看见华东电器，这就是我的目的。这样做是因为南京路的知名度非常的高，而且这条街最能代表上海的商业文化，一家企业假如能在这条街上立足，自然也是提高自己市场地位的举措，这对于打造企业的品牌，对于提升知名度和利润，对于华东集团入驻国际市场，都有着强大的推动作用。

因而华东电器集团进驻南京路，便等于获得了上海乃至全国商业的最佳位置，取得了一个“制高点”，这正是郑荣德一直梦寐以求的。由此，华东电器打造了自己在这条“中华第一商业街”上的知名企业的形象，日长月久，为公司带来的品牌效益是无法用金钱衡量的。



经商小语

经营者常常因为研究开发费用太高而放弃一些前景看好的产品的开发。这种做法很短视，也会使企业在未来丧失竞争能力。

——日本索尼公司创始人、董事长兼总裁 盛田昭夫

独辟蹊径，出奇制胜

聪明的商人总是可以发现别人根本看不到或是忽略的机会空间，捕捉市场亮点，并善于利用，独辟蹊径，出奇制胜。由于这样的开发少了不少的竞争阻力，他们往往可以占据市场的优势，因此盈利更加的容易。

温州人一直是喜欢抢占市场商机的，这一点在黑龙江富海企业总裁黄建峰身上体现得非常充分。当人们将大量的资金投入流通企业的时候，手头有创业资金的黄建峰却放弃了自己已经从事将近 20 年的流通行业，独辟蹊径地去开发农业，花费巨资筹建了黑龙江省青冈富海玉米制品有限公司，专门用于生产食用酒精。

早在1999年和2001年，黄建峰先后两次收购已经停产多年的制糖厂，而这两家企业共有2400多名员工，黄建峰并没有让任何一个人下岗。这两家制糖厂的复活，也给当地的农民带来了可观的收入。

黄建峰说：“不仅有广阔的农田，也不缺农业技术人才，谁能利用好身边的地利、人才和优势，谁才能在竞争中占据有利地位。”所以他非常坚信公司走农业产业化的道路，最终获得了成功。

美国食品大王、大富翁鲍洛奇是一个经商天才，他在经商之中总是可以出奇制胜，使滞销的产品很快卖出。他曾说：“我做的事情很多都是常人以为这是办不到的，而且我的方法让别人觉得我非常的疯狂。如果有个年轻人到我这里来，问我他怎样才能致富，我就会同样地教导他，凡事都应该独辟蹊径，不要气馁，多少要有点疯狂。”

鲍洛奇有个朋友叫史坦·弗里贝格，也是销售的高手。有一次，史坦·弗里贝格在鲍洛奇的面前吹嘘说：“不管什么商品，只要我帮助你做营销广告，产品的销售肯定会大增，否则我情愿用人力车拉着你在大街上兜风，你信不信？”

当时，鲍洛奇的手里正好有一批滞销的产品，他正因为这件事而发愁。听史坦·弗里贝格这么一说，鲍洛奇心中一亮，他对史坦·弗里贝格说：“那好，我指定一个商品，如果你做的广告可以让产品畅销，我也愿意用人力车拉你逛街。”“好，一言为定。”史坦·弗里贝格非常爽快地答应了。

结果，史坦·弗里贝格将广告做出去，这批产品很快就销售一空。鲍洛奇也兑现了自己的诺言。

许多知情人士认为，这次鲍洛奇真是当众出丑了。在众人面前以车夫的身份，用人力车拉着史坦·弗里贝格兜风，他可是一个百万富翁啊，他丢得起这个人吗？于是，人们都拥到了大街上，等着看鲍洛奇的笑话。

谁知，鲍洛奇真的信守诺言。只见他微笑着拉着史坦·弗里贝格不住地往前跑，还与熟识的人打招呼。

这下，人们都惊呼起来。许多的记者也赶来了。他们当即报道这件有趣的新闻。结果，不到一天的时间，鲍洛奇与其公司就名声远播了，妇孺皆知了。接下来，公司的业绩也不断地攀升。事实上，这正是鲍洛奇心中的计划。通过这件让



人难以置信的事情，鲍洛奇赚足了人们的眼球，给自己的公司做了免费的宣传。

在经商决策中，如果总是被以往的经验所束缚，就很难在竞争之中占据主导的位置。假如换一种思维思考，可能就会豁然开朗，突破以前的束缚，从而出奇制胜，获得财富。



经商小语

当大众在按同一固定模式行事时，你不妨按另一种不同模式去做，这样更能取得成功。

——沃尔玛超市创始人、董事长兼总裁 山姆·沃尔顿

培养察微知著的本领

温州人捕捉商机的眼光是最尖锐的。他们在寻找商机方面，有人说他们可以在垃圾堆中发现金块，在看似平静的水面发现波涛。一般人认为是赔钱的地方，温州人却可以化腐朽为神奇。温州人这种见微知著的本事难道是上天的恩赐，他们大脑的构造与我们不一样？

事实上，这里面最为重要的秘密就在于——“嗅”和“看”，温州人发现商机最关键的原因就是“嗅”和“看”。聪明的温州人不会让任何一个赚钱的机会从眼前划过去，在他们看来，一次交谈，一件小事，一个物景，都蕴含着巨大的商机。

2005 年，一股“韩流”已经风靡全国。《大长今》、《人鱼小姐》、《加油！金顺》等韩国电视剧已经对中国人的思维习惯和消费方式产生了很大的影响。

精明的温州人在其中发现了巨大的商机，他们也因此寻找机会搭乘“韩流”的快车，顺势推出了韩式商品。

就在 2005 年的下半年，温州市区纱帽河一家韩式服装店看到韩剧在国内处于风头正旺的时候，而果断的引进韩版服装，打出韩文店牌，并注册有独特个性

的商标。如今，小店的兴旺程度让同规模的服装店眼红。

2005 年，温州森马与韩国知名的设计公司合作，该公司为森马设计多款夏季韩式服装，初步投入市场，反响非常好。

温州有一位专门经营饰品的周老板也对韩剧有着极大的热情，因为他经营着一家日韩精品店。据周老板介绍，新推出的每一部韩剧他都会看，以便为自己进货提供更多的参考依据。2005 年韩剧《情定爱琴海》播出，他特意订购了一批名为“柏拉图的永恒”手链来卖，虽然每条的价格高达 235 元，但是每天仍然有不少人前来购买。

温州市里的百货公司也开始引进韩国品牌的化妆品。韩国兰芝化妆品在温州化妆品的销售额一直居于前列，日均销售额约达 1.5 万元。

更有甚者，温州市一家医院特意请曾经为知名美女明星做过整形手术的大夫为名誉院长。该院负责人介绍，很多顾客都会被韩国的美女明星所吸引，就到医院询问韩式的美容事宜。营业两个月来，他们就为 50 多名顾客提供了服务。而且，生意越来越火爆。

其他诸如韩国食品店、韩国料理店等，也是有不错的收益。

在温州人眼里，到处都是钱，关键在于你如何去发现，如何去赚钱。沈阳中旭集团董事长曾昌飏说过：“我们温州商人就算是在伊拉克的炮火硝烟中也能嗅到商机，并且嗅到商机后会立刻直奔目标。”这绝不是胡说。



经商小语

生意人要有洞察先机、先发制人的能力，因为这是真刀真枪的决斗，只许赢，不许输。

——日本松下电器创始人、总裁 松下幸之助

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

第 5 章

有胆识闯天下，异想天开赚得大钱

有胆有识方为英雄，有卓越的远见，而无胆量去尝试，恐怕即使想法再好，财富梦想也很难去实现。而温州人却有胆有识，总是在商海之中叱咤风云。温州人总是胆气十足，敢想敢做，凭借自己的能力闯出一片天地，即使受到挫折，也从不退缩，只要自己还能恢复，依然勇往直前。这不光是一种毅力，更是创业的豪迈勇气。

抓机遇需要胆量

什么是危机，危机就是危险与机遇。赚钱是充满风险的事情，事事如意，件件顺心的情况很少发生。事实上，逆境要占绝大部分，失败、挫折、危险和打击，一直在我们的身边。但假如你可以合理地利用，风险也能转换成机遇。一位非常成功的商人曾经说过：“生意很顺的时候，他的脸肯定是阴沉的，因为大家都非常顺利，也就有危机存在，而大家都在苦恼的时候，机会也就随之而来。”危机能把一个人击倒，假如把它当作重新开始的机会，可以帮助倒下来的人重新站起来。

要想知道梨子的滋味，就必须亲口尝一尝。这其实是非常简单的事情，不行动永远不会成功。弱者之所以弱，很多时候只是将梦想当成是一个梦，而并没有将梦想转换成现实。

弱者也有一种危机感，也希望在最短的时间内改变自己的情况。他有积极性，但是心中又有恐惧，因为没有将自己作为一个独立的个体去看待事情，也没有运作商业的经验，就像一个从来不用电脑的人，担心一用力就会敲坏键盘，或者一上网就担心感染病毒。

其实事情并不会弱者心中想象的那样的可怕，对于恐惧电脑的人来说，最应该做的就是将电源插上，开机！而对于希望成就一番事业的弱者来讲，最重要的就是，不要想，先去干！

弱者非常的谨慎而且胆子很小，似乎是陷入了一个怪圈，越弱越怕，越怕越弱，直到最后被逼无奈，他才敢迈出一小步，去体验从未有过的生活。而这时，很多机会早已经被别人占光，他自己的能力也在漫长的等待中退化，要想在竞争之中获得成功，更是难上加难。

所以，弱者们必须要意识到“出路在于自己的行动，晚动不如早动”，才有机会变成强者。

在 1991 年的春节前，王均瑶与一些温州老乡包大巴回家过年。在漫长的旅途之中，王均瑶说了一句汽车走得太慢。那时，一位老乡以玩笑的口吻说：“飞

机快啊，你不如坐飞机回去。”就是这样的一句玩笑话，竟然让王均瑶有了“野心”，他心中思量：是啊，为什么不尝试包飞机呢？

他这样想也这样做了。王均瑶对开设飞机航道做了调查，并向当时的湖南民航局递交了一份非常详尽的可行性报告，表示自己要承包湖南至温州的航线。

民航局的人非常地吃惊，认为王均瑶的想法太天真了。

但是，王均瑶对民航局的工作人员这样说道：“你们考虑最多的就是经营的风险，这个险由我来当。我先把钱压到你们这里，等于每次先付钱，后起飞。我如果不压钱就别飞，这样你们就没有风险了。”

王均瑶提出这样的条件将民航局的工作人员感动了，然后，双方就开始洽谈航空事宜，并达成了共识。为此，王均瑶跑了多个部门，盖了无数个章。

1991年7月，长沙至温州的航线终于顺利开通了。

一架“安24”型民航客机由长沙飞往温州，非常平稳地在温州机场着落。这是国内第一家由私人承包的航线，王均瑶的胆量让所有的人暗自佩服。

谈起承包航线，王均瑶说：“那是我生命之中最为重要的一天。我的个人形象、人生道路都改变了！如果说人生是一座舞台，那一天，作为一名演员，我基本符合了面试要求，被允许登场。”王均瑶在记者采访时是这样描述自己承包航线的举动的。

为了包机，王均瑶特地创办了国内第一家民营包机公司——温州天龙包机有限公司。1992年，天龙包机公司有50条航线的包机业务。

在2002年8月18日，均瑶集团参股中国东方航空武汉有限责任公司。这是国内首例民营企业参控国营航空公司，当时35岁的王均瑶被称为“民营资本进入航空业第一人”。

到了2003年，均瑶集团获得批准可以收购宜春机场，均瑶集团花费6亿元改造修缮机场，这是我国第一个购买机场的民营企业。

成功的人从来不缺少胆识，他们敢作敢为，因此他们可以获得更多的发展机会。

如果两个对手狭路相逢，胜负就只有这几种情形：如果两者都是谋士，那么，必然是有勇者胜利；如果两者都是勇者，那必然是有勇有谋者胜利；如果两

方的实力相当，那么，双方往往会僵持下去，最终获得胜利的还是勇气更大的一方。



经商小语

不冒险怎么会有机会？如果我做的九件事情，其中六件成功了，三件失败，我也是赚了钱的。

——韩国大宇财团创始人 金宇中

超前发展抓住先机

平常人在发现机会的时候，机会却已经离开了，总是觉得自己在一直追赶着机会，却一直追不上。

而在温州人的眼里，机会从来是不用追赶的，而是去寻找的。只要你可以准确地预料事情发展的方向，提前一步做准备，机会也就紧随其后。

有很多人都在问商机是什么，其实很简单，商机之中有速度同时也包含机遇。抓住机遇的速度要快，尤其是当今社会化大生产的多变性、差异性和竞争性，更要求创业者身上具备机遇观念和速度观念。

在 2005 年 9 月，经营知识产权工作的温州人沈先生一天之内投资 30 多万元，以个人的名义申请注册了 171 个酒店的商标。这些商标遍布于全国各大城市。一时间，索菲特、东方之珠、天伦、阿波罗、索菲亚、夜巴黎等大型酒店的商标都被抢注了。但是，遭到抢注的酒店并不知道这件事。

直到 2006 年 7 月，杭州裕佳商标事务所在对酒店商标的抽样调查时，才得知这件事情，这件事马上引起了商标代理界和酒店人士的关注。

这位温州商人为什么要抢注如此多的商标呢？

接受报社记者采访的时候，沈先生是这样说的，他绝对不是恶意抢注的，也不是单纯的投资行为，只是通过这种方式让服务商标行业有所认识。

到了 2006 年 7 月，温州华联紧固件公司总经理白温平从阿里巴巴买走了关

键字 100 个，有人说，买关键字有什么用呢，但是也有人说，那是温州人有独到的眼光，能够掌握提前量。

接下来的几个月，白温平还是没有停止购买关键字，有一次居然买下了关键字达六百多个。而这些关键字，有些甚至与他们行业并没有太大的关系，比如“电子电器”、“转换开关”“输送设备”等。

后来他又以其他方式购得 17 个关键字，而这些关键字与他的产品并没有什么联系。面对他人的疑惑，他是这样解释的：“看似无关，其实相连。紧固件是基础件，机器上面是必需的零件，所以就将上游所有的关键字买断。”

温州人的思维方式总是非常的超前，别人认为时机未到，在温州人的眼里，正是最好的投资时机。温州人总是走在别人的前面，这主要归功于温州人的超前思维。

2002 年 5 月，美国《时代》周刊报道一位并不出名的商人吴伟。吴伟是温州人，他首先创立的爱侣性保健品公司位于世界同行业前十名。

在 1992 年，北京就开设了第一家性产品商店，卖的大多数都是进口货。吴伟立刻进行考察，感触颇深：“人们离不开性，就如同口渴喝水一样。在中国，这个没有限量的市场刚刚萌芽，等别人开发还不如自己抢先。”

当时的中国，有关于“性”这个话题还比较敏感，许多人对此还是讳莫如深，但是从事机电行业起家的吴伟毅然决定开发性用品。

到 2001 年，吴氏企业的销售额可以占到整个市场的 70%，并同时向 27 个国家出口。

吴伟高兴地说：“现在公司 24 小时不停地开工，订单多得承接不下。”

红顶商人胡雪岩说过这样的话，与其待时，不如乘势。或许看起来非常难以办到事情，居然可以非常顺利地完成任务，就因为明白乘势而起的缘故。成功不可或缺的要害，最重要的是让自己有一种先知先觉的能力，在最短的时间做好准备，这样才能领先别人。

1989 年，温州人王良平以每月 1000 元的价格租下了一个门面，在哈尔滨的这条街上只有 9 平方米，准备经销由温州生产的低压电器。

王平良的举动让周围的人非常不解。这么贵的租金而店面只有 9 平方米，而



且地理位置也并不优越。

王良平是这样解释的：“店面租金高低并不重要，最关键的就是看店面辐射能力的强弱，我的这个店面虽然很小，但是周边的街道都是搞电器经营的，自然形成了以机电为主的概念市场，因此，机电产品的用户在购买电器时这里是最佳的地点，它的市场辐射面很广，并且富有针对性。”

果然，店面一开张，生意就非常红火，第一个月，小店的营业额就高达 2 万元。

俗话说，饿死胆小的，撑死胆大的。在经商以前，就要非常充分地估计自己的实力，适当跨越自己的实力，为日后的发展做好准备。



经商小语

事事超前，敢于领先，稳健务实，步步精彩，创造需求，造福社会。

——康奈集团董事长 郑秀康

进退有度，能进能出

世界上的万事万物都处于不断变化之中，市场也是如此，也是处于一个不断变化的过程中。温州人懂得进退，善于转变，在他们看来，条条大道通罗马，没有必要一条道走到黑。一个办法行不通，可以转换一个思路。

黑龙江省绥化市明水县以前曾经是全国著名的贫困县，温州企业家黄建峰在当地建造了制糖厂，许多人都觉得这样的投资风险太大，可在投产第一年，市场的价格持续上涨。黄建峰的糖厂自然有非常丰厚的回报。

3 年后，正好赶上糖价下跌，黄建峰毅然转变策略，转变思路生产马铃薯，依然保持了持续的盈利。当他被人问到自己的经商诀窍的时候，说道：“我从来不打没有把握的仗，确定项目以前已经关注了市场的长期变化规律，到了市场饱和期之前我就开始转型。商人要懂得适时进退，能进能出。”

当年温州在筹建大型体育中心的时候，计划投入 8100 万元，但是财政方面

的拨款只有 3000 万元，这如何是好呢？机灵聪明的温州人马上就有了自己的办法：先将灯光球场以十年的租金为 1800 万元对外出租，然后将一楼临街的门脸卖出 1500 万元。剩下 1800 万元的缺口也有自己的打算：有人出招，卖座集资。单位 5 万元、个人 2 万元就可以买到一个贵宾席——据此在 10 年之内，体育中心的每次演出或是体育赛事，可以凭证免费观看。这样一来，不仅资金凑齐了，而且还得到别人的效仿——上海大剧院也采用了这样的做法，照这种办法抛卖剧场包厢，也很快将自己融资困难的问题解决了。可以说在灵活变通之中壮大发展。

温州人一直有自己的理念，做事要着眼于机遇，看见绿灯就马上过去，看到红灯就应该绕开走，凡事不能太死板。世界上的事物本来就是不断变化发展的，变则通，通则活，活则兴。对于灵活经商的温州人来讲，摸着石头过河，聪明之处就在于不让石头撞伤脚趾，而是可以通过石头的指点找到出路。

当年，当私营、个体经济没有被国家承认的时候，甚至被人看作是投机倒把的时候，政府则将它们挂靠在集体经济的头上，给它们开绿灯，让其继续发展。当有的地方将私有制经济看作是私有经济的时候，头脑灵活的温州人却创造出了股份制经济，温州人经常会利用常人想不到的逆向思维。前有为求生路、另辟蹊径的古人，后有为请财富、迂回作战的来者。当代温州人继承了古人的智慧，又发其精髓，终得以青出于蓝而胜于蓝，在商场之中一直应用着灵活多变的招数。

20 世纪 90 年代初，温州已经成为我国最大规模的鞋生产基地，但这里所有鞋厂所使用的机器大多数都是由意大利和我国台湾购买，进口成本非常高，服务又不及时。精明的大隆从这里发现了商机。作为后建成的企业，他们采用了“分部标杆瞄准”的战略。大隆最先瞄准的第一个目标就是已经占据了温州九成市场的台湾鞋机。

1994 年，大隆由台湾购置了一批鞋机配件，仅用 3 个月时间，就仿制出可放前后鞋帮的鞋机，各项技术指标几乎与台湾生产的鞋机一样。这件事情受到台湾人的重视，很快就有台湾生产鞋机的企业与大隆合作。两年的合作期内，大隆学到了多种制造鞋的技术工艺，也获得了丰厚的市场利润。

在台湾技术的基础之上，大隆人又进行了改进，开发了全自动鞋前、后帮、

真空加硫定型机等核心设备，在当时可以说是国际一流水平，同时还创立了自己的大隆品牌。大隆已经成为国内唯一一家生产全自动鞋帮机的高科技企业。但大隆并没有就此止步，很快又将自己的视野放到外国进口的鞋帮机上面，结果又是“青出于蓝”。



经商小语

我从来不打没有把握的仗，确定项目以前已经关注了市场的长期变化规律，到了市场饱和期之前我就开始转型。商人要懂得适时进退，能进能出。

——温州企业家 黄建峰

敢于标新立异

普通人认为标新立异是一件花费心思的事情，风险也大，不如总结以往的经验，卖一些市场上面比较常见的商品。

而温州人始终坚信，经商靠的是眼光，更需要胆识。先走一步，就能在市场上占据主导地位。

别人做什么，你也依样画葫芦，不算什么本事；同样的东西，你如果独出心裁，才能出新；同样的商品，假如你立足的角度不一样，并能获得成功，这才叫有经商的眼光，有经商的胆识。

温州人的胆量是众所周知的，他们敢于冒险，只要有一丝的可能性，他们都会全力以赴；他们敢于运用新思路、新思维，做别人不敢想的事情；同时，他们善于标新立异，不按常理出牌，引导市场的潮流。

卖饰品并不是什么稀奇的事情，饰品店到处都是，生意做得都不错。

确实，女性饰品店一向受到女性朋友的追捧，生意红火并不是什么新鲜事。但是，新鲜的是在温州有着男人街之名的巷府路却开了一家名为“TRUEMAN”的男性饰品店。

开店的是年轻的陈小姐，她说男人的饰品其实更有发展空间。为此，她特意

到香港加盟为该饰品的专卖店，主营的饰品有钨金材质的项链、戒指和手链等，售价都超过 100 元。

尽管开店的成本将近 20 万元，但是开业只有一个半月，小店就获得数量相当的回头客，顾客人群主要是中青年。另外，许多女性也会到店面里购买男性饰品。陈小姐说，自己对未来前景非常看好，决定再物色一个商场，再开一个专柜，毕竟从事男士饰品销售的人并不多。

人们都知道，主要服务性的消费在孩子和女人身上，大部分人商家都会选择这两类顾客。但是，随着市场需求度的饱和，针对这两类顾客的人数越来越多。经营者一多，利润自然会降低，于是精明的温州人早就开始琢磨拓展新的空间。而男性消费群体也就成为他们开发的重点，因为男性是家庭主要收入的来源者，男性在选择商品时非常的理性，他们奉行精简的原则，而这一点，正好给聪明的温州人以切入点，即提供质优价高的商品。这样，尽管男性消费者的数量远不如女性消费者，但是个体商品的利润非常的高，这也可以看出温州人不一样的经营思维。

在温州市区有一家龙鱼馆。店主贺小姐向这个项目投入了过百万元，专门销售来自于印尼的龙鱼，每条鱼的售价都非常高，便宜的几千元，贵一些的几十万元。

自然会有人疑问，这么贵的鱼也有人买？

原来，这种产自印尼的龙鱼面临着灭绝，如今，在南方地区以及新加坡、我国台湾等地，龙鱼是镇宅的“风水鱼”。店主贺小姐介绍，因为自己从小对鱼有感情，看到活泼的鱼儿在水中游动是一种享受。后来就产生经营龙鱼的念头。

在龙鱼专卖店里，顾客可以在龙鱼身边看到证明龙鱼身份的 CITES 证书。贺小姐说，由于这些鱼在国内无法培养，所以必须依靠进口，每条鱼除了有 CITES 证书外，身上还有一块晶片，用仪器可以检测鱼是否合法。

对于以后市场的拓展，贺小姐非常有信心。

卖什么样的产品都需要有自己的特色，同样是卖鱼，具有不同的功能，价格自然也不一样。用作日常食用是一个价格，用作观赏的鱼自然要贵很多，特别是这种风水鱼，价格更是不同。



为开龙鱼店而花费百万巨资可以说温州人有胆识，敢于标新立异，又有一种爱冒险的精神，这是因为温州人不仅善于把握市场的需求，更精于观察市场的变动。

可见，赚钱其实不是非常苦难的事情，主要在于你是否具有合适的方案，再加上勤快，自然就会有收获。假如你在经商的过程中，涌现出更多的新奇方法，新的点子，并且将这些方法运用到经商的过程中，你的生意就会做得与众不同，从而吸引更多的消费者。



经商小语

“闯”就是创新，即创新观念、创新思维和创新能力的结合。制度创新是土壤，方法创新是雨露，技术创新是成果，而这一切，都离不开“闯”这颗优秀的基因种子。

——上海建桥集团董事长 周星增

心中有远大的理想

温州人经商一直坚持这样的信念：要想获得成功，特别是想获得巨大的成功，必须拥有远大的目标，然后再踏实地努力。

有些人总是将理想与好高骛远相联系。实际上，理想与行动是密不可分的，既有理想，又有行动，得以保证成功；而光有理想，不去行动，那就是空想的好高骛远。

拿破仑曾经说过：不想当将军的士兵不是一个好士兵。这句话表明，不管做什么事情，必须要给自己设定奋斗的目标。

温州人似乎是天生就具有远大的理想，他们总是心比天高，即使在没有技术和资金的情况下。但是，他们总可以为自己设定远大的目标，他们踏踏实实，拼搏向前，逐步地完成自己的理想。

在中国，大家对肯德基一定不陌生，那是一个拥有无数家连锁店的快餐集

团。但是，有人却想将温州特产的熟食做成像肯德基那样的连锁快餐。这个想法是不是过于的天真？拥有这样理想的人就是温州人苏立满。

在长春，“阿满”食品受到当地人的青睐，而“阿满”食品的老板就是苏立满。

苏立满曾经做过很多的小生意，包括服装、皮鞋、灯具等生意。后来，一个很偶然的机会，他发现熟食在温州非常畅销。他想，为什么不将温州的熟食向其他地方销售呢？

在 1998 年，苏立满到了长春，创办了吉林省阿满食品有限公司，专门生产熟食制品，开始与商场联营，设立了专门销售熟食的阿满专柜。

后来，“阿满”食品与长春的欧亚集团达成了合作意向，“阿满”食品为大众所知。苏立满说：“温州人爱吃熟食，在温州熟食店非常多，但它的生意为什么不能发展壮大呢？而像肯德基那样的食品为什么可以发展壮大？”为了使“阿满”食品也走上规模化经营的道路，在 2002 年 8 月，“阿满”食品在长春开了第一家连锁店。随后，“阿满”商标被评为吉林省的著名商标。

目前，“阿满”食品在东北地区已经开了 60 余家专卖店，产品可达 8 大系列 50 余个品种。

苏立满说，他在 1998 年就开始规划未来的发展，即到 2008 年销售数额达 1 亿元，到 2018 年计划销售额为 10 亿元，28 年计划销售额为 100 亿元。而第一个 10 年的规划已经提前完成了。

在 2005 年，阿满食品公司斥资 2.45 亿元，采用新型的加工工艺，开始筹办现代化的生产加工区。苏立满表示，要将企业的规模扩大，就必须朝这个方向发展。

“曾经年少爱追梦，一心只想往前飞，行遍千山和万水，一路走来不能回。”心中多宽广，舞台就有多大。这是人生的哲学，也是经商之道。一个拥有远大理想的人，才会一心追求自己的理想；一个有伟大梦想的人，才会向伟大靠拢。

杨小敏在童年的时候有一个非常实际的梦想，他曾笑着说：“我现在还非常清晰地记得童年的梦想，我想要有个房子，类似于农家的别墅，前面有个小菜

园，最好还有树，还有一个非常温暖的家。”

就是为了这样实际的梦想，使当年只有十几岁的杨小敏踏上了拼搏的道路。他捡过煤渣，捡过树皮。16岁时，他第一次与父亲去外地跑供销。而这次外出，开始他走遍全国各地的脚步，而且也让杨小敏心中萌发了经商的想法。

“只有做生意才能让我感到精力充沛。我是停不下来的，一停下来就会非常的别扭，总觉得自己有很多的事情没有完成。”杨小敏说。

1981年，年近20岁的杨小敏在温州开了一家五金店，主要经营电缆、电线、灯泡等。当年，杨小敏就成为温州商界优秀的经理人。

1985年，杨小敏将自己的目标定在上海。“在上海，我经营的项目还是机电工具、电缆、轴承等产品，并在上海的北京路、福建路、浙江路上，开出29家店，对于轴承的价格，几乎就是我定的，我们在福建东路的仓库存着当时最好最多的商品。”杨小敏当时被同行称为“杨百万”、“轴承大王”。

“当时，我就希望做得更强大，我希望我所涉猎的行业，我可以拥有定价的权力。”杨小敏的远大理想促成了他的成功。

到了1989年，杨小敏开始考察国际市场，先后在西班牙、法国、意大利考察。这段海外的生活不仅让他感到生活的艰辛，也让他发现了更大的商机。那就是经营服装。因为，当他到达意大利以后，在国内非常廉价的服装，在意大利却是非常的昂贵！

回国后，杨小敏拿出200多万元成立了一家名为意华服装绣品的服装公司，从日本引进绣花机器，请来100多个工人，开始从事服装制造。结果，由于缺乏经验，第一年的损失就将近60万元。

到了1992年，杨小敏决定公司转行做西服。“刚开始，因为对设计不精通，就跑到国外看版式。买回一件非常昂贵的衣服做样品，买过来以后以为可以模仿，但是行不通。”这让杨小敏更加注重加工的工艺。这样一来，销量持续增加。

2000年，公司更名为“亨美服饰有限公司”。公司的业绩一直在上升，服装一路走好，最鼎盛的时候工人可以达到900多人。”

到了2003年，西服销售额开始下滑。对于市场非常敏感的杨小敏在2001年

逐渐就生产休闲服，在 2003 年的时候，杨小敏的亨美服饰西服和休闲服的产量各占总产量的 50%。

杨小敏心中的目标，是做自己的品牌，引领行业的潮流。他认为，“做事情必须要用心，用心去分析，然后逐步计划。要考虑事情最坏的情况，可能遇到的突发情况，考虑周全，才去实行，不能盲目。”

尽管杨小敏以前也做过贴牌加工的生意，但那是因为没有强大的实力，实力强大后，他将自己的目标定得更加远大。“一定要将事业做大，这样才能体现我个人的人生价值。”杨小敏坚定地说。

无论做任何的事情，一定要有目标。目标才能引领我们成功，只有树立远大的目标，一个人才会朝向自己设定的目标前进，最终获得成功。



经商小语

一定要将事业做大，这样才能体现人生价值。

——亨美服饰有限公司董事长 杨小敏

完美的连锁经营战略

连锁经营的成功不仅仅包括外国公司，温州商人也在连锁经营中做出了出色的成绩，奥康企业就是非常成功的一个案例。

奥康的创办人王振滔可谓是声名远播，他曾经获得过第二届中国杰出营销人销售总经理奖，这是“金鼎奖”的最高荣誉。从 1988 年企业创办到今天，奥康集团在营销方式上已经出现了几个重大转变。

首先就是将销售与生产相分离的阶段。为了将自己的品牌打出去，王振滔带领 10 万推销大军奔赴全国，带着钱，从奥康的销售点进货，然后带着货找市场、找商店批发。这个阶段的营销模式，奥康获得的只是微薄的生产利润。

第一个重要的转变就是从这样低等的销售转向厂商联营。当时温州的皮鞋质量有好有次，主要生产的皮鞋都是中低端产品，在市场上一直都是“地摊货”的

身份，很少可以进入正规的市场，这样只能让温州的鞋商获得微薄的利润。针对这种情况，王振滔经过市场调研，认识到正规商家非常担心温州鞋的质量，担心销售温州鞋会影响到信誉。

于是，王振滔就带着自己工厂生产的皮鞋来到武汉自己熟知的几家皮鞋商场，皮鞋的质量受到各大商场的好评，但是由于当时国有企业的制度问题，商场经理非常犹豫是否接纳私营厂生产的皮鞋。

精明的王振滔在这时拿出了自己的意见，就是租用商场的柜台，自产自销，并提前交纳租金，不让商场担任何风险。经过几次的磋商，王振滔成功地在几家大型的商场租到了柜台，他亲自站柜台，听取顾客对于皮鞋的各种要求，及时向厂里面反馈信息，调整生产计划。不出一周，顾客就可以在他的柜台找到合适的鞋，而且质量非常好，让人很放心，所以生意越做越火。

一个月下来，王振滔租售柜台所销售的总额超过了商场 10 个柜台的额度。商场经理也就放下了心。就这样，王振滔打破以往的商场体制，首次采用厂商联营的方式，接着，又在全国各地的商场开设专柜或是店中店，到现在为止，王振滔的专柜和店中店遍布全国各个城市。

第二个重大转变就是实行连锁专卖，实行特许经营制。随着竞争的日趋激烈，“厂商联营”和“多级分销”的营销模式显现出诸多弊端，尤其是“多级分销”的成本过高，而且很难保证产品的品牌，这样的模式已经不适合市场的发展。

同时，消费者对产品的知名度、质量、售后服务又有了更多的要求。奥康要想发展必须寻找新的营销模式，建立起一个新的模式来适应市场的需求，只有这样才能在竞争之中取得优势。正是在这种情况下，王振滔通过对市场的调查，提出了一个大胆的想法，决定采用连锁经营和特许加盟的营销模式，大胆使用专卖连锁，这在国内来说属于一个先例。

1998 年 1 月，王振滔首次在浙江永嘉县上塘镇创建了第一个奥康连锁店，这是皮鞋行业的第一家连锁店，开业当天就引起了轰动，销售火爆，王振滔一举成功。自此，奥康就开始了连锁经营的营销模式，到目前为止，奥康集团在全国设立了 30 多家省级分公司，连锁店近 3000 家，还在多个国家设立跨国分公司，在

国外有 50 余家奥康专卖店，形成了一张极为密集的营销网络。这种营销格局的优势是非常巨大的，使得奥康的知名度与利润大增。

第三个转变就是采用多品牌经营。进入 21 世纪以来，皮鞋市场的竞争愈演愈烈，市场分化越来越严重。面对这样的新形势，王振滔又有了新举措。他借助原有品牌的优势，又打出了新的品牌。奥康不会跨行业的经营，它集中精力，做好皮鞋的销售与生产，在主导品牌奥康的基础上，又相继推出了不少新的品牌，给顾客更多的选择余地。

连锁经营并不是什么新型的模式，在古代，中国的银号、茶叶铺和绸缎庄都是采用连锁经营的模式。可是，随着历史的变迁，这些连锁经营又从人们的视线淡出。时至今日，在国外企业将连锁经营管理得有模有样的时候，中国企业才明白过来，重新采纳这种良好的营销模式。



经商小语

世界上每 100 家破产倒闭的大企业中，85%是因为企业管理者的决策不慎造成的。

——美国兰德公司总裁 迈克尔·里奇

敢于走南闯北

改革开放伊始的温州，大多数人的生活都非常贫穷，以前一直有这样的民谣流传：“平阳讨饭，文成人贩，永嘉逃难，洞头靠贷款吃饭。”那时国家对于温州的投入非常的小。在多种条件欠缺的情况下，温州人怎样活下去？温州人如何发展？

然而温州却只用了 20 年的时间，不仅成为中国最富裕最发达的地区之一，而且还诞生了“正泰”、“康奈”、“德力西”“奥康”、“红蜻蜓”等全国知名企业品牌。

有人做过粗略的统计，在全世界每 10 个人之中，就有一个人穿的是温州生



产的皮鞋；在每 10 元国内的服装份额里，温州就占 1 元。每年，温州可以生产打火机 5 亿~6 亿只，并占据全世界打火机市场的 70%；每天，温州就会有 100 万副太阳眼镜走向世界……

温州人是商业的典范，温州人变得很富有，于是就有不少人在思考，温州人为什么能赚钱？

其实，温州人并没有超出常人的智慧，他们也是父母生、父母养的肉体凡胎，只是因为他们非常能吃苦。为了生存，为了赚钱，他们肯离开家乡，外出经商，这在温州人看来已经习以为常了，也是一种光荣。

早在 20 世纪 80 年代初期，当我国计划经济体制有松动变化的时候，大胆的温州人就开始利用传统的手艺，家家户户开始经营手工作坊。同时，还有千千万万的温州人为了赚钱而离开家乡，从事着诸如理发、修鞋、弹棉花、卖服装、卖眼镜等这些在外地人看来非常不起眼的买卖。其实，正是因为他们的走南闯北兴起了市场，也让温州走向了富裕之路。当然，在这个过程中，温州人经商的天赋得到了验证。

也许，你听到过不少的温州人经商成功的故事，但是在温州流传最广泛的就是两个不识字的老太太走出家门做生意的故事，一定让你很有感慨。

20 世纪 80 年代，温州平阳有一位老太太，看到家乡人通过收购兔毛赚钱，她也非常羡慕，于是就走出了家门。但是她不认识字，也不会说普通话，可是，聪明的老太太却想到了一个主意。她请人帮自己写了两个字条，一张上写着：“我是温州平阳人，请帮我买车票。”而另一张上写着：“我要收购兔毛，每斤多少钱？”就装在左右两个口袋之中。就是依靠这两张纸条，老太太竟然在中国走了一圈，成为当地的万元户。

还有一个老太太也是不认识字，也不会讲普通话，但是她有勇气走向大城市的各个机关单位，推销自家作坊生产的小商品。她成功的秘诀就在左右手上面，每到一处，她总是先伸出右手，掌心上写着这样几个字：“有权不用，过期作废。”就在别人感兴趣的时候，又伸出左手，上面写着：“假如购买我的产品，给你 20% 的回扣。”就是凭借这样的左右手，老太太成功地将产品推销出去，拿到了不少的订单。

温州人会做生意，不管是五岁孩童还是六旬老太都会做生意，可以说是天生的商人。还有的人这样描述温州人：他们口中吐火，擅长人情攻略；他们眼里有针，总能发现商机；他们脑中有“鬼”，总在琢磨赚钱。



经商小语

看准了的事情就要敢于冒险。在 CNN，梦想也可以变成现实。

——美国在线时代华纳创始人、总裁 泰德·特纳

有勇气进入新市场

不管是全国哪一个市场，温州人所经营的地方一定是最具活力的。温州人是如何利用有利的地理环境来让市场焕发青春的呢？显然，温州人自然有搞活市场的秘诀，他们在进入市场时有非常大的魄力，甚至敢于在没有生意的地方开拓市场。

温州人的做法很少失败，让商界人士敬佩，为此有人大生感慨，即使他们将市场开到珠穆朗玛峰上也一定能赚钱。这并不是一句笑话。

在四川，成都青年路因为占据市场主导的优势，20 世纪 70 年代末便成为西南地区最大的民间服装批发市场。当时来自各地的客商都是从成都北站下车，便马上赶到青年路采购货物，而北站并没有服装批发市场。按理说，北站肯定是最优的地理位置，服装批发市场假如设在那里就可以方便外地采购的客商。但青年路在全国闻名，名气就是吸引力，假如背离这个地方就有可能有风险，因此成都几乎是没有人想过到北站附近做服装生意。

但是北站市场却被聪明的温州人搞活了，因为成都人担心风险而温州人不畏惧风险。

早些年，温州服装商人来成都做生意，选择最多的就是青年路。后来，温州商人侯旨良等人到成都经销温州生产的服装，原本也想将店开在青年路，然而青年路的位置太好，实在没有地方了。

经过一番考察，仔细探究，外地客商到站下车以后，有八九成的人都会途经城北路，虽然他们原本打算到青年路进货，但是发现城北路两侧的服装摊，还是想到这里打听行情，一部分客商也就成为这里的回头客。

就这样，在这里被截留的回头客越来越多，时间一长，大家对城北路这个服装批发摊都很熟悉了，知名度就这样逐步地提高。下次再来的客商因为知道这里也有批发点，经商就比较容易成交。

此后，这个批发点越做越大。大批温商就在附近云集，形成了一个新的服装批发市场——荷花池市场，大家习惯叫作“温州城”。随后，经营越来越火爆的“温州城”摇身一变，不仅成为当时成都最大的服装市场，而且也成为西南服装市场的集散地。

这时，成都人不得不发出感慨：成都火车站是西南地区的交通要地，成都是西南地区最繁华的地方，在此兴市确实是天时、地利、人和无一不备，但是由此发现商机的却是外来的温州人。真应了“不识庐山真面目，只缘身在此山中”的那句诗。

究竟是远道的和尚会念经，还是旁观者清呢？也许，真正的原因是成都人的保守。因为他们一直不想舍弃已经经营多年的青年路，固守金城的思想使他们束缚自己的行动，少了开拓和进取，即使对于城北路优越的地理优势有认识，他们也没有勇气去开辟新市场，而没有负担的温州商人在这方面心中有着更多的自信。



经商小语

如果你对某件事深信不疑，你就应该努力投入其中，承担合理的风险是迎接挑战的一部分，也是一件有趣的事。

——麦当劳公司创始人、董事长 雷蒙·克罗克

注重与知名大企业合作

在观看“自然与动物”节目的时候，看到了一种叫作“千鸟傍鳄鱼”的现象。鳄鱼非常残暴凶恶，但它从来不对千鸟这样的小鸟进行攻击。因为千鸟是鳄

鱼的医生，每当鳄鱼饱餐之后，就会非常悠闲地在河里闭目养神，乖巧的千鸟就会从树上飞到河中。

鳄鱼将自己的大嘴张开，千鸟就会帮助鳄鱼剔牙，整理他的口腔卫生。千鸟诊治时非常的认真，它将卡在鳄鱼牙齿的碎肉全部清理干净。如果鳄鱼口腔中还有寄生的水蛭，千鸟就会非常卖力地啄食，为它除害，于是千鸟就这样将自己的肚子填饱了。

千鸟的感觉非常灵敏，只要周围有异样的动静就会马上飞离，然后叽叽喳喳地大叫。鳄鱼从千鸟的惊叫之中得到警报，就会很快醒来，做好迎敌的准备或是潜水。

这种“千鸟傍鳄鱼”的自然现象，告诉我们一个道理：站在巨人的肩膀上，与大的企业合作，借船出海，借梯登高，不但非常的明智，而且效果明显。

借助大企业发展自身小企业的发展模式是温州企业最普遍的模式。比如市场之中出现一些小产品的缺口，大企业一般都不重视，或是忽略或是不放在眼里，但这些却正是市场最缺少的。

温州人的商机就在其中：别人生产服装，他们从事生产必不可少的扣子和拉链；别人生产食品，他们印制包装是不能少的；别人生产机械设备，他们就将眼光放在小零件的生产上。

总之，他们总是将自己的生产与大企业的所需相联系，大企业需要什么，他们就做什么；大企业将着手点放到哪儿，他们就扑向哪儿。这种依托大经济生产小商品的模式，在一定时期内为温州的经济发展做出了贡献，既避免了大企业的吞食，也降低了市场的风险，又丰满了自己，同时也拓展了别人难以接触的空间。

温州威力打火机厂的老板徐勇水就是采用依托日本的广田公司，借助它的先进技术而走向独立，做大做强的。广田在日本是最大的打火机生产企业，在行业里知名度非常高，刚开始徐勇水为广田做定牌加工，中间双方经过两年的接触，而徐勇水在这两年里并没有赚到钱，还将自己原有的 100 万元贴了进去。

徐勇水为了调试设备，有半年没有生产，工人走了很多。在最困难的时候，他甚至将自己的车卖掉。最后日本人又拿出了 50 万元，于是新的生产线生产出了全新的打火机。

当时国内打火机的价格非常廉价，制造一只打火机的价格，只是日本检验打火机的价格。这其中的价格差是非常大的。就这样，广田得到了温州厂的产品，徐勇水的打火机厂学到他们的技术、管理，也完成创业阶段的资本原始积累。于是，威力打火机厂走出了与国际接轨的第一步，逐渐找到了企业未来的发展方向，成为打火机行业的龙头。

温州一些知名企业初级阶段也是凭借国内或是国际大企业得以发展，这当然是一种非常省力的方式。温州人虚心好学、喜欢钻研，早年的仿制并不是生产的目的，而是获得核心的技术，为此，他们乐于与行业的龙头或是国际大型企业合作，利用大企业的技术和品牌提升自我的发展。



经商小语

在经营上，重要的是不能满足于现状，要一个接一个地提出新的目标。

——日本株式会社三井高科创始人 三井孝昭

有胆量还需要有见识

胆量与见识合称为胆识，拿破仑曾经说过：一个优秀的指挥员，他的勇气与见识就像是等边三角形那两条边，应该平衡发展，不可偏废，这也是成功者不可缺少的因素，两者缺一不可。

1989年郑永刚在刚接手宁波甬港服装厂时，这里还是一个员工不到300的小厂，曾经亏损超过1000万元。如今，郑永刚已经拥有多家服装公司，两家上市公司，资产净值超过50亿元。

当时的服装厂的设备虽然是最先进的，但经营的主要项目是为国外企业做加工。郑永刚到后来，开始了彻底的改革。工厂先后注册了“杉杉”等多个品牌，贷款在全国各地做宣传，提出无形资产经营理念，组建成了中国最大的服装销售体系，全面导入企业形象识别系统，成为第一家在股市上市的服装企业，打造了国际一流水平的服装生产基地。为了寻求更大的发展空间，他还把杉杉的总部由宁波移到上海。

来到上海，郑永刚又将改革的步子迈得更大，先后将早期花费巨额资金建立的销售渠道割舍，大规模地裁撤营销人员，撤掉了遍布全国的分公司，转换成特许加盟店。最大胆的也是最重要的是，完全从服装生产加工领域退出，将销售与生产完全外包，只负责服装的设计生产与品牌销售。这种经营模式在中国可以说是最超前的，而且还将市场占有率第一的额度让给了同行。

虽然在很多人看来，杉杉将生产与销售都外包出去的风险非常大，但郑永刚既然有勇气去做，也必然有他自己的见识。他认为，品牌才是第一位的。因为在服装行业，最为关键的地方就是做品牌营销。生产可以购买，销售可以控制，只有将品牌营销这一利润最丰厚的环节掌握住，才能跻身世界前列。

郑永刚认为，市场的趋势是宝塔型的，量越大也就代表越廉价，而如果想将手中的杉杉打造成世界知名品牌，就必须不断打造自己的品牌与服装设计。品牌的提升促使杉杉不能以扩展为目的发展，而是要参照国际知名企业集团的方式运行。

而在由多种品牌组成的集团化运行模式下，它的品牌都是独立的，在集团的控制之下独立地运作。杉杉现在已经不是一个单个的企业了，而是一个拥有多个品牌的团队。

郑永刚知道，要想实现资金达 200 亿元的现代化经营、国际化大型产业集团的目标，只是凭借单一的服装产业是不够的。于是，郑永刚将杉杉母公司转型成为投资控股公司，下设服装、高科技和投资三大板块，力求突破单一的发展模式，迈向多元化。

在多元化的道路上，越做越强的他并没有完全脱离服装行业；相反，他一直坚持杉杉服装以一个版块去做，要踏踏实实地将手中的服装品牌推向世界市场，在国际时装舞台上崭露头角。

郑永刚凭借非凡的勇气和胆识，成为中国服装行业的领军人物。

胆量大于见识，会因盲目而造成失败；胆量小于见识，会因过分的保守而错失良机。商场如战场，想要赚钱，具有可以发掘商机的慧眼是不够的，还需要具有决策的勇气与智慧。当然，勇敢并不是一味地蛮干，而是以自身知识和经验为后盾，凭借最为深远的远见卓识、果敢迅猛的冒险精神，当机立断并且付诸实际

行动。



经商小语

风险和利益的大小是成正比的，一分风险就是一分财富。

——日本东芝公司董事长兼总裁 土光敏夫

不惧风险，险中求胜

敢于冒险是温州人与其他地方商人的区别。有人说，做生意总是非常有把握才去做的话，那这个人绝对不是温州人，虽然有点夸张，但是却说明了温州人的冒险意识。我们经常看到报道，说温州人总是会做出一些意外的事情，总是获得让人没有办法想象的财富，其实这些都与他们敢于冒险是分不开的。

2006 年，报纸上刊登了一条温州人勇于冒险的故事。温州商人王伟胜和他的一个合作伙伴一起花费巨资收购了阿联酋的国有电视台“阿拉迪尔”卫视，并且更名为阿拉伯阿里巴巴商务卫视，并由王伟胜担任电视台董事长。

2006 年 8 月 2 日，迪拜当地时间 12:35，阿拉伯阿里巴巴商务卫星电视台顺利地开播了。阿拉伯阿里巴巴商务卫视主要做的就是中国国内商品的品牌推广，是中国贸易的一个窗口，而且还拍了专题片，介绍中国的文化、旅游。这是第一家被华人收购的中东电视台。

王伟胜在接受媒体采访的时候说，自己在想购买电视台的时候，“没有想那么多，我只是非常想做，这是我一直特别想做的事情”。当然，王伟胜事前肯定做过一定的分析。他说：“这是一笔不小的费用，怎么可能轻易去做这么大的事情呢？我做好了充分的准备。对于电视台以后的发展，非常的自信。我看准的事情，不要犹豫，就是要做，失败了也是英雄。”王伟胜说。

“失败了也是英雄”，在温州人的意识中，根本就没有失败，即使失败也可以从中获得经商的宝贵经验，而这种经验，正是经商的一种策略和哲学，有时候并不是金钱可以买到的。

航运巨子董浩云说过，等可以熟练地掌握技术的时候，可能就已经失去了技术的优势，别看好像只落后一点点，要追上去是很难的，所以，风险有时候是必须要冒的。同样，敢于冒险的温州人认为，生意在于值不值得做，而不是项目的风险高低。在他们看来，值得做的项目，只要克服客观上的风险，那么就有成功的希望。

在决定具体的投资项目的时候，温州人并不是预期会有多少盈利，尽管这很令人鼓舞；他们最先考虑的是自己最多会输多少，然后定下一个资金亏损的限额。最后，他们会抱着最好的希望，做好最坏的打算，发动各方面的力量，努力地拼搏。

事实上，风险在经商之中是不可缺少的。如果在精神上蔑视风险，而在战术上重视风险，努力克服风险，那么，剩下的就是机遇。经商不是百分百必赚钱的事情，觉得可以就需要放胆去干，犹豫只会让你失去机遇，成功是等不来的。



经商小语

我们从事的职业是个马拉松项目，不能因为百米的进步就迷失自己。

——盛大集团总裁 陈天桥

将生意做出国门

人们知道温州人为了经商而行走四方，四海为家。但如果是一个毫无经验的公务员，在朋友的劝说下，毅然将自己的工作辞掉，只身来到异国他乡，到欧洲，再到匈牙利、南斯拉夫等号称“欧洲的火药库”的国家做生意，其中的艰险是可以想象的。但是他还是获得了成功，他就是我国第一个在阿尔巴尼亚卫生部注册公司的王建辉。

在1991年，曾经在温州市委任职的王建辉，经过一位在奥地利经商的朋友劝说下，决定从政府机关辞职经商，只身到欧洲经商。这种想法在家人眼里简直是胡闹，并且告诫他肯定会吃亏的。因为他与温州其他的人不一样，王建辉的祖辈中并没有人是从事经商的，而且他一直在担任行政工作，可以说没见到他身上



的经商天赋，所以家人对此表示强烈的反对。

但是，他并没有顾忌这些事，还是非常执着地选择走下去。同年，他就一个人到了匈牙利。到了人生地不熟的地方，他开始筹措资金，从国内向当地发去一货柜的圣诞礼品，由于运输延误，具有时效性的礼品只能低价处理。王建辉只能吃这个哑巴亏了，又心痛又着急，结果大病一场。

而后，王建辉将心静了下来，从温州进口太阳眼镜，当时在温州生产的中档太阳镜在国际上非常的畅销。靠着这批眼镜，王建辉才扭亏为盈。此后，他一直走得很稳，生意渐渐好转。他又打算将市场开拓到阿尔巴尼亚。当时阿尔巴尼亚商品非常的稀缺，外国商人又很少去那里经商，王建辉认为那是一个有很大市场空间的地方。

由匈牙利到阿尔巴尼亚，需穿越南斯拉夫。王建辉一个人驾驶汽车从布达佩斯出发，路上还遭遇了劫匪，幸亏警察及时赶来，他才保住了一条命，但却因伤住院了。

在住院期间，王建辉发现阿尔巴尼亚医院中的药物要比布达佩斯贵很多。他经过询问才知道，阿尔巴尼亚药品完全依赖进口，因此这里药品的售价都非常高，他瞬间意识到这里存在很大的利润空间。

经过多方的努力，他终于获得了阿尔巴尼亚有关部门的批准，从中国进口药品向阿尔巴尼亚销售。1995年1月1日，阿尔巴尼亚实行了药品销售企业的注册登记，王建辉成了该国第一个在卫生部注册的中国人。他创办的企业成为中国向阿尔巴尼亚出口药品的总代理，进口量可以占到该国的40%，成为该国纳税的知名企业。

俗话说，树大招风，一个外国人在异地赚了太多的钱，不免会让当地的犯罪团伙眼红。1998年10月的一天，一伙蒙面人带着枪闯到他的住所，强行绑走了他的妹夫，并且索要几十万美元的赎金。得知消息以后他马上从国内赶回去，请求警方破案。为了可以最快的解救入质，阿尔巴尼亚警方出动了30多辆警车，终于将王建辉的妹夫救了出来，这居然是该国首次破获的绑架案。

现在的王建辉在晚上从来不出门，而且准备了手枪、步枪和冲锋枪等武器，防止发生意外，此外，还请了保镖，每天一步也不离地保护他。在这种危险的情

况下，他还坚持在阿尔巴尼亚做生意，真让我们对他的勇气感到佩服。

哪里可以赚钱，哪里就有温州人的影子；也有人说，哪里有市场，哪里就有温州人的脚步；更有甚者说，只要有钱的味道，温州人就闻风而来。



经商小语

要与国际巨无霸竞争，必须要有自己独特的方式，如果跟着别人来做，你永远学不好也学不像。

——北京统一石化有限公司总经理 李嘉



全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

第6章

人脉带来财运，善借他人照亮“钱程”

常言道：“一个篱笆三个桩，一个好汉三个帮”，这句话用在温州人身上是最贴切不过了。温州人总是喜欢抱团，扎堆经营。一个同乡有难，多个温商出手相帮。他们总是团结一致，没有将同行作为“敌人”，而是当作合作的朋友。这样的作风，才得以让温州人行走天下，在不同的地方，都可以大显身手，这与他们善于抱团、齐心合力是分不开的。

同行非冤家，抱团闯天下

在常人看来，与市场同行的关系就是竞争，有竞争自然同行也就成了对手，那么对同行，就不能放松警惕。

而在温州人的眼中，同行并不是仇人，做生意竞争是很正常的。但是，竞争是凭自己的真实实力，合理竞争的同时，与同行的合作是不能少的，大家联合起来，相互帮助，才能使生意得以壮大发展。

美国一家非常有分量的报纸曾报道，在纽约法拉盛地区最具人气的超市，老板多数都是温州人。在这些超市老板中，有的人在几年前还在街边摆摊卖菜，他们经过自身的艰辛努力，凭着对商机的敏感，牢牢地把握机会，一举获得成功。

在各地客商聚集最多的华埠坚尼路的商店中，有一半以上是温州人。已经到美国 5 年的吴小姐表示：“我们都是温州来的，虽然大家离得比较近，但是不会出现抢生意的事情。大家都挺帮忙的。”

温州人正是在这种同行并不是竞争对手的环境中不断成长。温州服装商会会长陈敏曾经说过：“中国的服装要树立新的市场理念：与竞争对手建立战略性的伙伴关系，与他们合作、竞争、发展，把竞争变为合作，通过同他们的合作来发展壮大自己。”

在市场经济之中，竞争是不能缺少的。你的产品或服务占据了市场，别人也有同样的权利开发抢占市场。有竞争对手是件好事，竞争有利于帮助企业成长，竞争使企业家一直处于不断积极上进的状态，不懈地努力改善着经营管理，以谋求更好的发展，可见，竞争也是企业发展必不可少的一个条件。

有时候在领域之内没有竞争对手才是真正可怕的，那表明市场并没有拓展开。如果你只是依靠自己的力量去拓展市场，那所付出的代价将是无法估量的。只有在竞争的环境下，才能够在市场上获得更大的发展。

北京五福茶艺馆董事长、北京福丽特中国茶城总经理段云松在最初经营茶艺馆的时候，总是喜欢帮助别人开设茶艺馆。其他人认为，他有些犯傻，但是段云松心中自有自己的想法。他说：“我认为同行不是冤家，而是朋友。有的人一来

茶艺馆就摸这摸那，我一眼就看得出来。我就问，想开茶艺馆吗？想开我告诉你从哪里进水，哪里进茶。他们往往不理解，市场竞争是残酷的，你告诉了我，你不就失去市场份额了吗？其实并不然。茶艺馆需要一种气候，需要像饭馆一样普及，如果整个行业只有你自己，那才是最危险的。一束花香带不来春色满园，如果单靠自己的话，或许根本就维持不到今天。当我们开了第二家茶艺馆以后，北京真的陆续开了十几家茶艺馆，这个时候我才知道我们的努力终于有了成效。”

西班牙的安东尼奥先生是埃尔切市鞋业协会会长，他曾经专程到温州考察，并与温州的鞋业协会签订了一份以“竞争合作”为主题的《温州宣言》，宣布双方今后既有竞争又有合作，互惠互利。这表明，温州人的竞争合作的观念已经迈出了国际化的步伐。

在这之前，温州鞋业与埃尔切鞋业可以说是势均力敌的竞争对手。

2004年9月17日，在埃尔切市，一把大火让价值800万元的温州鞋化为灰烬，同时也将温州鞋在当地的形象烧毁。这是为什么？因为温州鞋价格过于的低廉，尽管鞋的质量非常好，但过低的价格让本土的鞋业无法生存，被竞争逼得无奈的本地鞋业只好做出烧鞋的行为。

这件事让温州人开始反思，因为当时国内的劳动力成本低，质量好，温州鞋业在世界的鞋业占据了相当大的份额，过去温州人在西班牙做直销温州鞋的生意，从国内发货、国外进单、市场批发、门市零售，一条龙服务，出口商、进口商、经销商、营业员都是温州人，所有环节产生的利润都留给了温州人。但是，这种拼命占领市场的竞争观让温州鞋业树立不少的敌人。为此，由温州市公平贸易局与温州鞋业协会与当地的鞋业达成了协议。终于，温州鞋企与埃尔切市鞋企化干戈为玉帛，重新进入正规竞争的轨道。

竞争表现形式有价格、功能、款式、服务，而竞争的实质却是管理和质量。

美国通用汽车公司总裁罗杰·史密斯曾经说过：“如果你不能战胜他们，你就加入到他们中去。”面对同行业之间的竞争，我们最好采取主动出击的方式，依靠自己的实力，强调品质、服务、卫生和效益。这样，才可以在竞争之中留有余地。当然，要牢记的是商业活动之中没有永远的敌人，今日的竞争对手，可能日后就是合作的伙伴。经商的时候必须灵活，把握好竞争对手与合作伙伴的关





系，才能更好地发展壮大。



经商小语

有竞争才能促进发展，没有竞争就没有发展。同行不是冤家，是朋友。竞争对手是一面镜子，经常照照，有利于促进自己不断发展提高。

——美特斯·邦威集团董事长兼总裁 周成建

善于合作，甘于分享

在创业初期，大多数人总是做着独当一面的事情，但是每个人的精力都是有限的，即使机器也会磨损，所以最后总是弄得一团糟。

温州人在面临这种情况的时候，就会想，为什么不找一个合作伙伴呢，三个臭皮匠，顶个诸葛亮。大家通力合作，取长补短，可能离成功也就更进一步。

一个人可以承担一些小生意，但若是想要赚大钱，那就有一定的难度了。怎样才能让自己的实力增长，经受住市场的压力呢？

聪明的温州人早已经想到应该找人合作，中国第一个股份制企业的诞生地就在温州。

温州的股份合作制企业的产权都非常明晰，因为，温州人在合伙的过程中，总是给予对方足够的信任，心往一处想，劲往一处使，为了共同的目标而奋斗。

现代经营者，必须学会如何与人建立合作关系，借他人之力来壮大自己，合作是企业脱离困境、向前发展的动力。

在温州，合作创业有两种现象：一种是自己先创业，然后与人合作，成立股份制公司。

庄吉集团就是这样的一个典型代表。

庄吉集团创始人之一郑元忠，在改革开放初期，就成为温州有名的“电器大王”，后来，他做起了服装行业，成立了一家服装公司，但是并没有什么突破。

在一次非常偶然的机会上，郑元忠认识了同样经营服装的陈敏，两人经过交谈，聊得非常投机。于是，两人经过商量，就合作成立了温州庄吉服装有限公司。

不久，吴邦东也加入了庄吉，三个人都发挥自己的长处，取长补短，被当时的服装行业称为“黄金三角”。

当时，对于谁任董事长职务，三人都非常有风度。按股份，郑元忠是名正言顺的，但是，郑元忠却让陈敏做董事长。正如他以后对人讲的那样：“服装该由懂服装的人来做，陈敏是当时温州服装界数得着的少帅，又是服装商会副会长，三个人里边，他最行，而且也年轻。”

三人从一开始就达成了一致：庄吉的权力在董事会，实行董事会领导下的总裁负责制，公司不允许安排任何人的家族成员。

有一次，陈敏的侄子大学毕业以后，希望到庄吉上班，但是遭到陈敏的拒绝。如今的庄吉，股权非常的清晰，决策都是由董事会决定，已经创造出很多个第一：全国第一家利用品牌作质押贷款的民营企业，在温州第一个开设服装研究机构的企业，等等。庄吉还与中国美院、杭州丝绸学院等多家科研单位达成了合作意向，成功地将庄吉打造成高端服装品牌。

另外一种经营模式是：先合伙，然后自己单独干。

东艺鞋业的老总开始在鞋厂打工，后来出来创业是与别人合伙的，一段时间后，并没有取得很好的效果，于是下定决心自己干，结果企业蒸蒸日上。

正泰的老总南存辉与德力西的老总胡成中最开始是一起创立求精开关厂的，几年后，两人决定各自发展自己的事业，结果都获得了成功。南存辉说：“分享不仅是慷慨的表现，对于创业者来说，也是明智的举措。”

在温州，除了那些股份制正式的合伙创业以外，温州人对非正式的创业也非常地重视。比如，同行业的两个企业，当客户给自己发订单的时候，而自己又没有足够的能力接订单，他们这时就会将客户推荐给同行。有些人对于温州人这种做法非常不理解。但是，温州人认为，行业间的相互帮助，可以帮助企业向良性的方向发展。与他人分享了利益，他们心存感激，当你面临困难的时候，自然就会有人帮助你。



“分享是一种明智”，南存辉经常将这句话挂在嘴边。有人说过这样一句话：假如你有一个苹果，我有一个苹果，交换后，大家手中仍然只有一个苹果；但是，你有一个想法，我有一个想法，交换后，大家心中就有两种想法。而创业之初是最需要集中力量和智慧的时候。

创业之初，假如你不具备技术和管理能力，你就借助别人的力量让自己变得强大，分分合合是常态，一成不变就必然走向衰落了。阿里巴巴的马云曾经说：

“聪明是智慧者的天敌，傻瓜用嘴讲话，聪明的人用脑袋讲话，而智慧的人用心讲话。所以一定切记，不要把自己当成最聪明的，最聪明的人相信总有别人比自己更聪明。”因此，那些可以借助别人力量的人才是真正聪明的人。



经商小语

在经营领域充分动用智慧，整合资源，看起来很大的困难，也会迎刃而解。

——华通机电集团董事长 李成文

走合作共赢之路

在平常人的眼中，是没有不用劳动就可以获得报酬的。一个人本可以挣到的钱，怎么会拱手让给别人呢？世界上怎么会有这种好事。

一个人做事并不会赚到太多的钱，大家一起去做才能赚到大钱。自己有钱赚的时候，千万想着别人，别人一旦能赚钱的时候，自然也不会忘记你，这样，大家都可以赚到钱。

有人曾经向一位精明的温州人询问经商的秘诀，这位温州商人说的：“做生意不要只顾自己赚钱，原本可以赚 10 块钱，你赚 6 块钱就行了，其他 4 块留给别人。这样，别人发现有赚钱机会的时候，也就想到了你，这样才能赚更多的钱。”

温州市鹿城区副区长曾经这样说过：“我现在走到哪里都很方便，在全国各地都可以见到温州商会，非常乐意接待从家乡来的人。有钱大家一起挣，发现商

机大家一起开发。”

这不是客套话。许多外地温州商会的负责人员就表示：一个人做事赚不了钱，大家在一起才能赚到钱，有钱大家一起赚。

在商业活动中，团队协作是非常重要的，这种精神在温州人眼中是相当重要的。相对于某个地方的商人来说，温州商人在遇到巨大投资决策的时候，总是团结起来一起努力，然后分步骤地吸收消化。

合肥温州商会会长邵五岳就介绍过，他们利用商会的名义建立一个投资机构，会员入会时可以自愿缴纳不等的现金，同时将一个人看好的项目拿出来，集体做出决议，相互间的充分信任让项目成功的概率增长了几倍。

谢福烈是在四川经商的商人，他也是第一个到四川做地产开发生意的温州人。

1997年，谢福烈在四川广元建立第一个温州商城的时候，就引起了当时非常大的轰动。如今，谢福烈已经在四川地区投资多家温州商城，比如乐山温州商城、三台温州商城、营山温州商城、自贡温州商城等，投资金额已经超过了7亿元，但是，谢福烈却从来没有向银行贷过款。

那么，谢福烈是如何筹措资金呢？

谢福烈在投资自贡温州商城时总投资额为3亿元，这样大数额的资金单靠谢福烈自己的资金肯定是不够的。于是，他向60位温州老乡阐述了自己的计划。

结果，这些温州商人非常爽快，集资凑足了3亿元，这个项目就是靠资金一点一滴积累而完成的。

温州人做生意的时候，将客户放在首要的位置，给客户提供的商品或者替客户干活，最后才收钱。这种方式相对于现货现付的方式更受大家欢迎。

这样，客户就可以利用剩余的资金做更多的项目，每一宗生意都可以赚钱，自然钱也就多了。而温州人自己呢？因为客户找到了自己喜欢的方式，生意自然很好，而且，客户还可以帮助他们介绍其他的客户，这样，温州人也就获得了更多的生意。

杭州琉璃淑屋服饰设计工作室的程岗说：“我在温州花费5000元现金就可以拿到价值10万元的面料，约定半个月后付款，如果不到付款的日期，温州人



绝对不会催的，到了时间，也只是非常礼貌的催款，而我会在付款日或是提前将款付完。”

“在温州，你花费 10 元就可以做 100 元的生意，因此让利润空间变得非常的大。”程岗说。

大家对于温州人的机智、聪明是非常佩服的。温州人的优势就在于他们的思想之中，总可以想到双赢的方法，让客户挣钱的同时，自己也可以赚到更多的钱。他们团结互助，看似微小的个体微火，却可以有燎原之势。难怪浙江一位领导说：“温州商人做生意，有股坚韧不拔、埋头实干的精神，他们之间有一种默契，总能将资金积累起来干大事。”



经商小语

我现在走到哪里都很方便，因为温州商会遍布全国各地，很乐意接待来自家乡的客人。有钱大家一起挣，有商机大家一起争取。

——温州市鹿城区副区长 熊洪庆

客户是第一上帝

在温州商人眼中，顾客就是上帝。因此，他们在努力拓展市场的同时，也努力地为顾客着想。

在 1991 年的时候，温州人叶胜康在温州市鹿城路租了一间小屋子，开始了自己艰辛的创业路程。

当时，他的第一笔订单只有几十元。为了可以获得更多的订单，叶胜康总是非常主动去拜访那些潜在的客户，希望借此可以获得更多的客户。

通常，他每天晚上都会乘夜车从一个地方赶到另外一个地方，而在白天，叶胜康就会收集客户的信息，拜访当地相关企业，经常顾不上吃饭。

叶胜康对自己的要求是可以最全面地解答客户所提出的疑问，如果遇到自己不熟悉的领域，一定会自己查阅资料或是向专家请教。

一年后，叶胜康付出的心血获得了应有的回报。许多他以前主动拜望的客户会主动打电话与他联系，还有一位广西的大客户直接到温州进行考察，并当场下了订单。叶胜康说：“这位客商是在看到自己简陋的厂房以后依然下订单的，说明我们的产品具有很高的质量，这让我深受鼓舞，也坚定了我坚持把好产品质量和技术关的决心。”

这位客户回去以后，帮助叶胜康结识了更多的客户。从此，叶胜康的产品很快在市场上受到青睐。目前，“恒丰泰”的年产值已经多达亿元。

汽车大王亨利·福特曾经说：“要把为顾客服务的思想置于追求利润之上。利润不是目的，只不过是顾客服务的结果而已。”只要一心为顾客着想，财富自然会来到你的身边。

当然，顾客的忠诚度是非常脆弱的东西。不要用危险的方式去考验客户，不但对不起客户，而且会损害自己的利益。假如让客户有吃亏的感觉，即使他们自己不说，也是对公司形象的一种伤害。

如今，越来越多的温州商人都对与客户的关系与自己的形象更加重视，希望获得更多的回头客。

温州市区纱帽河的一家服装店，店主张小姐为了服务顾客，专门设置了一个叫作“个性魅力”的QQ群，为顾客提供款式、样式的咨询服务。“想知道店里最近有没有新款服装，在QQ群里留个言就行了。”张小姐说道。

在温州市学院西路做音像店生意的李老板，为了便于顾客之间的交流，也创建了一个叫作“音像之家”的QQ群。他说，建QQ群可以帮助消费者了解有哪些新的音像制品上市，避免顾客白跑一趟。同时，店里可以在第一时间知道顾客的建议和意见。

尽管管理和维护这样的QQ群要耗费一定的精力，但是这样可以有效地提高“客流量”，促进了顾客与店主之间的沟通，也值得商家学习和推广。

只有将顾客的利益放在第一位，发自内心地替顾客着想，为顾客提供最好的产品和最优质的服务，顾客才会乐意与商家进行交易。





经商小语

我们所做的一切，都必须为消费者考虑，站在消费者的立场来论事决策。生意要一笔一笔地做，面对面地做，推心置腹地做。顾客不是你的冤家对头，而是你的衣食父母。

——日本松下电器创始人、总裁 松下幸之助

尊重他人重于自己

无论是面对熟人还是生人，温州人一般都非常有礼貌，态度诚恳，更不用说在生意往来时交朋友了。一般说来，善于赚钱的人一般都是态度谦卑、老于世故的人。有一个客气的态度对生意人来讲有着重要的意义。

有些人赚了一些钱就自以为是，目中无人，财大气粗，总是谁也不服的样子。温州人里有这样态度的人很少，无论是经营小生意的，还是做跨国贸易的大老板，都很客气，很谦虚，从不给人脸色，态度和蔼。生意人如果可以接受社会规则，接受社会上的建议，择善而从，就一定会闯出自己的一片天地。然而汲取众人之所长、择善而从并不是一件容易办到的事情，要有实事求是的态度和虚怀若谷的胸怀。

老子说：“旷今其若谷。”一个人做到真正的无私，胸怀像山谷那样博大，向大海那样广博，方可做到如刘禹锡说的“虚己而乐闻”。虚怀若谷的真意是不自傲、不自满、不盲目、不固执。在别人身上发现长处，虚心学习，发现自己身上的不足，自觉地克服毛病，学会对别人的意见认真倾听，乐于接受别人帮助自己。生意人应该努力培养自己的品德，因为这样会给人们带来智慧，让人际关系变得更加的和谐，为你的事业引进更多新生的力量。

金无足赤，人无完人。即使一个人非常的聪明，也会有不足的地方。只有看到自己的不足之处，才知道自己向哪个方向努力。天外有天，人外有人，即使自己是多面手，也不要恃才傲物，目空一切。对别人看不起，别人往往也不会看起

你。如果做任何的事情都想当然的，别人任何的意见都不去听取，一意孤行，必然会给自己带来损失。

生意人最忌讳傲慢客人，轻薄浮躁。一个自傲的人，不会将别人放在眼里，这种人是大家不喜欢与其打交道的，只能自己欣赏自己，从而将自己孤立起来。防止自己傲慢的态度必须注意两点：一是全面地认识自己，二是以平和的态度对待别人。傲慢之人总是认为自己有知识而清高，要么总以为自己本领大，要么因为有钱而狂妄。却是不知道，山外有山，天外有天，“莫道君行早，更有早来人”。

谦虚、谦卑、客气、不自满、不骄傲、不浮躁，是合格商人的基本素质。古人云：“满招损，谦受益。”一个自满骄傲的人，必将遭受损失；谦虚的人，自然因谦卑而受益。“虚心使人进步，骄傲使人落后”。这是一个不变的人生哲理。古今中外做大事之人，都是态度谦和、虚怀若谷之人。做生意也应如此，只有这样，方能赢得别人的尊重，赢得更多的机会。



经商小语

我做事有条不紊，注重细节，不差分毫。如果属于我，一分钱我也要拿走；如果少给客户一分钱，我也会让人家拿走。

——美国石油大王 约翰·洛克菲勒

创业初期的家庭管理模式

在 20 世纪 80 年代成立的挺宇集团是温州典型的家族企业，集团内部重要的岗位都是由家族成员担任。

父亲潘挺宇为董事长，母亲徐文清任职办公室主任，大女儿潘佩聪任职总经理，儿子潘叶雷是技术主管兼副总，二女儿潘佩芳主管财务，二女婿林肖是销售部的经理，大姨徐小清是办公室总务，外甥邵靖海主管采购。

当年，挺宇厂是最早成为私营企业之一的。担任董事长的潘挺宇一直在担



心，很害怕自己成为改革的牺牲品。

1989年下半年，报纸上出现不断抨击私营企业的论调，挺宇厂的境况非常的被动。潘挺宇为了避免麻烦，把工厂交给两个主管管理，自己和妻子到西班牙去避风头。

当时的潘佩聪只有18岁，当她看到父亲走了才2个月，工厂没有获得任何的订单，心里就开始着急。于是，她就发起管理层会议，表示说自己要介入管理。她说：“给我一个机会，就一个月的时间，如果我管得没有起色，我就放弃，让你们来管理。”

面对几个管理者的不信任，潘佩聪非常坚定：“我们这个厂是私营企业，我现在宣布，不管你们是否同意，从明天起我来管理工厂。”

第二天，两位主管居然通知工人放假，想与潘佩聪对抗。结果，潘佩聪先是找到了主管，对他们说：“如果你想干就认真的干，如不干可以再寻出路，我会给你们一笔钱。”接着，潘佩聪又发布了通知：“如果你们希望在工厂继续干下去，明天起必须到厂复工，否则请另谋高就！”

第二天，所有的工人都回到工厂上班，只有那两位主管没有到。这样，潘佩聪获得了工厂的管理权。

一年之后，潘挺宇从国外回来，发现女儿不仅获得了工厂的管理权，而且工厂的效益非常好，从此，就放心地让女儿管理工厂。可见，潘佩聪对家族的财产非常负责，促使她在危急的时刻可以挺身而出，努力经营工厂。

潘佩聪说：“家族企业有两个优势：一是决策速度快。一旦董事长制定出决策，迅速地行动。二是管理成本低。因为关系的亲密而使员工之间非常容易沟通。”潘佩聪还说，家里人非常齐心，很合力，他们每一天的努力都可以创造出巨大的利润。如今，就是这样的一个不起眼的小工厂，现在的固定资产达数亿元。

可见，在企业成立的初期，家族式管理可以推动企业向前发展。家庭成员的自我约束、自我牺牲精神，可以提升企业的整体凝聚力。同时，由于产权与管理权属于同一家庭，在管理上可以做到步调一致，决策实施快，家长一拍板，指令就下达了，这为企业的成功提供了决策上的保障。



经商小语

家族公司不一定做不大，国外很多家族公司都发展得很好，比如洛克菲勒财团、微软等，东南亚很多大公司也属于家族式公司。关键不在于公司是不是家族式公司，怕的是家族化管理。

——力帆控股有限公司董事长 尹明善

搞定关系再做生意

对于做事情来说，刚刚开始的时候，人脉关系是非常缺少的，但是，许多年后，有些人就会积累非常广的人脉，有些人却仍然是“孤家寡人”。为什么会有如此之大的差别呢，那就是因为每个人对于认知人脉关系以及拓展人脉的能力是不一样的。

美国石油大王洛克菲勒曾经说过：“我愿意付出比天底下得到其他本领更大的代价去获得与人相处的本领。”良好的人际关系必然会使你获得更多的商机，但是，如何建立并维系人际关系呢？

在一部分人眼里，拓展人脉只不过是“拉关系”而已，拉关系只能用金钱来拓展，事实上，这绝对是一种误解。在当今社会，人与人之间应该更加注重情感的沟通，只要在心中记起别人，别人需要帮助的时候伸出援手，能给他人提供帮助，你自然会收获更广的人脉资源。

1987年，年仅17岁的王索带着100多元到长沙做生意。当时，他是经营服装然后又卖鞋，后来，有一定经验的他摸索着做五金生意。

与其他经营五金的人不同，王索在经营上，不是将赚钱放在第一位，而是想着让顾客满意。

当时，依靠家乡温州的优势，王索从家乡朋友那里赊销五金来卖。进来的货，他总是以低于进货价的价格卖出。进货价为7毛的灯泡，他就卖6毛。因此吸引了不少的顾客到他那买东西。结果，一年下来，王索赔了将近2万元，但是，他却积累了不少的顾客。因为，客户们习惯了他的卖货方式，喜欢与他交朋

友。同时，由于王索采用的是赊销的方式拿货，然后再付钱给厂家，以这种“借鸡生蛋”的方式经营，让王索获得不少的周转资金。

后来，王索又重新调整策略，把价格提了上去。因为他以前的付出和信誉，客户比较容易接受。王索生意的成功就在于能够给人方便。

将关系搞好再做生意，这是温州商人做事的一贯法则。

温州人认为：“拓展开发人际关系有三个阶段，发掘人际关系、经营交情、出现贵人。”

搞定关系也就是首先应该开发人际关系。在创业过程中，人际关系也是非常重要的资源。因此，想创业就必须广交朋友，积累人际关系资源。假如遇到难以解决的问题，这些人际关系资源就有可能帮你解决。发掘人际关系就必须采取主动的方式，找到自己想认识的人后，就应该想尽办法去认识。

温州人拓展人际关系的下一个阶段就是如何经营交情。人与人之间认识之后，交情需要用心维持，方能长久。人脉关系的经营并不是立刻就可以促成的，它往往需要几年、十几年，甚至几十年的感情培养。因此，当你对别人了解以后，就应该以真诚的态度去对待。

人际关系的最后一个阶段才是有贵人出现。只有你先付出，能够给别人帮助，别人才会给你帮助，才会出现贵人。

经商同样是需要贵人的，但是这贵人并不是上天给你安排的，商人在平时就需要为贵人的出现做积极的努力。

商人，要有意识地发展关系，经营自己的人脉，才能等到贵人的出现。经商，并不是只等着贵人的出现。自己要学会付出，先做别人的贵人。



经商小语

搞定关系再做生意，怎么搞定关系？只有你先付出，先帮助别人，你才能够得到他人的帮助，生意才能做下去。我做企业最重要的是什么？是人与人之间的关系。你问我头痛的是什么，也是这层关系。再问我企业最缺的是什么？是如何搞好这层人与人之间的关系。

——升华集团控股有限公司董事长 夏士林

扎堆经营有规模优势

温州商人的身上有很强的合作意识，但是也有竞争精神。无论是相互合作，还是竞争，至少有一点可以确认，就是特别爱“扎堆”。这种赚钱模式，专家将其称为“森林经济”。

不管是在本地做生意，还是在外地，温州人已经习惯了“扎堆”。在温州本地我们尚且不论，而那些身处异地的温州人，一般都会集中在某个城市的城区一角，或是在某一条商业街上从事经营活动。而且经营的产品都比较类似，由此就形成了有针对性的消费市场。久而久之，本地人就会将他们经商的领域称为“温州城”或“温州街”。

比如，位于上海的北京东路上，就有温州人扎堆经营的“电器一条街”；而在斜土路和七浦路，就是最具温州特色的以服装和皮鞋为主的“温州城”。

夸张一点说，在中国的一线城市，都会看到由温州人扎堆形成的“温州街”和“温州城”，哪里有市场，就可以看到聚集的一拨温州人。

20 世纪 80 年代初，具有眼光的温州人将眼睛放到了福建的商业宝地厦门。那时，厦门并没有展现出特区应有的风采，除了正在建设，到处都是钢筋水泥、脚手架的湖里工业区外，这个海滨高新区值得炫耀的地方，无非是鼓浪屿等旅游景点了。

但温州人却从改革开放的信息之中看到了商机，捷足先登，抢占厦门的商品市场。在贸易发达繁荣的厦门，精明的温商获得了丰厚的回报。

时光飞逝，到 20 世纪 90 年代中期，有越来越多的温州人来到厦门，逐渐形成了以温州人为集合的商业中心，并将五金、服装、眼镜、低压电器等行业的市场占领，形成行业垄断。就现在来说，从文灶到后江埭一带，有六七十家经营低压电器的商店一字排开，形成了具有相当规模的电器一条街，这条街道被称为“温州街”。

在繁荣的市场经济的潮流中，尽管竞争非常激烈，但是，温州人可以说是一枝独秀，既能在恶劣的环境中顽强地生存下去，又能收获颇丰。温州商团井井有

条，非常有序，非常有规矩，懂得进退，温州人几乎没有发生过内讧的事情。



经商小语

如果你不能战胜对手，就加入到他们中间。

——美国企业界名言

具有强大的社会活动能力

温州人在产品的策划与宣传上是非常有建树的，这其中不得不归功于他们之中的“社会活动家”以及“团体组织”，其中最具有代表性的就是周德文和他筹办的温州中小企业促进会。

在温州医学院图书馆大楼周德文的办公室里，摆满了一个社会活动家应有的物品：名人字画、报纸杂志、办公设备、荣誉奖杯、论坛的请柬，等等。在温州，他被称为“温州模式代言人”。目前，他身上的头衔有：温州中小企业促进会会长、温州市人大代表、民进温州市委副主任等。

1983年，周德文22岁从嘉兴学院毕业，这时候温州的私营经济刚刚起步。他先是在温州干校任经济学课程的老师，后来又参加了温州大学的筹办工作。教学之余，他发起并成立了温州市第一个青年学术团体——温州市青年经济与管理科学协会。

在温州大学授课期间，周德文与当时赫赫有名的电器大王郑元忠结识，两人很快成了朋友。1993年，郑元忠改行经营服装。盛情邀请周德文担任威利斯服饰有限公司的总经理。而就在周德文已经以学者型企业家身份在服装行业打拼十几年以后，出乎所有人的意外，他又悄悄地改变了自己的身份。

1999年，周德文将经济学家、金融家、关心小企业发展的领导、中小企业的负责人集中起来，成立了国内第一家中小企业交流的社会团体——温州中小企业发展促进会，按照谁主张谁主事的温州传统，周德文毫无争议地当上了促进会的会长。

他将职能定义为“沟通的纽带与桥梁”，充分发挥自身职位的作用，这是这个团体在温州得以被认可的重要原因。在温州，无论是为党委、政府参政议政、建言献策，还是为普通百姓维权“申冤”，无论是与内地政府的经济合作、为招商引资项目牵线搭桥，还是帮助促进会会员解决困难，周德文都发挥了巨大的作用。

近年来，周德文可以说成为温州的形象代言人，多次出现在重要的会议、场合，在中央电视台、人民日报等全国的媒体“露面”，在人们眼里，他是温州最有名气、最有成就的“社会活动家”。

“我的目的就是为了让更多的温州声音传遍世界。”周德文更乐意让自己成为一个传播者——温州精神的传播者。

周德文充分利用自己社会上的知名度，向温州市政府提出建立温州中小企业融资担保体系。经过多次与政府协商，2000年，温州市政府向周德文筹建中小企业促进会象征性捐出300万元现金，在此基础上，他又联合了会员企业成立了两家担保公司。他说：“现在，温州的担保机构已经达到了32家，可以保证25亿元的资金担保，而这些资金的来源都是温州的企业。”

身为会长的周德文，正在积极地为温州中小企业的融资找出路，呼吁国家加快金融体制改革，引导民间资本走上正轨。他经常组织温州企业家到国外大学学习，组织内地企业到温州交流经验。

目前，温州中小企业促进会下属1000多个会员企业，周德文把工作的重点放在了为中小企业的融资担保以及寻找商机上。

一个成功的企业，必须具备两种能力，一种就是可以保证企业内部的正常运行，另一种就是搞好公关能力。成功的公关可以让事情办得更加顺利，促进企业的健康发展。



经商小语

经营企业其实就是经营关系。

——希尔顿酒店集团创始人 希尔顿



在饭局上做生意

中国是一个非常注重人情的国度，饭局也是一种最为普遍的社交方式。据有关部门调查的 2003 年的《中国居民沟通指数》，“饭局社交”是中国最为普遍的社交方式，受访者中 46%以上的人曾经利用饭局进行社交活动。

专门调查机构的负责人说：“做中国独特的饭局社交方式，可以传达出‘不见外’的意思，代表亲近，即将双方的感情拉近。要办的事先不说，先吃，这就是先将气氛活跃；事不成就喝酒，也不会伤及对方的面子。”

“饭局的社交方式是中国比较特殊的一种。相对于西方人而言，中国人在饭局上不会过于的区分公私，西方人如果觉得对方的印象不错，也会约吃饭，但是这只是办事的结果之一。而在中国，饭局却是办事情的工具。”

不管吃饭是办事的结果，还是一种办事的工具，在饭局上留心别人传递出的信息，往往可以获得有用的商业信息。

温州人毛振闯的成功就与饭局离不开。

毛振闯以前从事的职业是参与煤矿开采。一次很偶然的机会，毛振闯与南京工业大学的几名教授结识，在吃饭交谈时得知，将玉米进行精深加工后，不仅可以产生乙醇而且可以生产出乙烯。乙烯是石油化工的基本有机原料，目前约有 75%的石油化工产品的原料是乙烯。但石油属于不可再生能源，玉米却是可以循环种植，因此利用可以种植的玉米代替不可再生的石油资源，必然会有非常大的发展空间。精明的毛振闯马上从中嗅出了商机。

毛振闯经过调查研究，我国的吉林省是生产玉米的大省，资源丰富，生产结果属于过剩的状态。于是，他马上赶赴吉林进行实地考察。对市场进行了可行性分析后，毛振闯决定放弃原有的行业，走进生化行业。

不久，毛振闯与南京工业大学签订了一份合同，和另外两名温州人共同在吉林开发生化项目。

温州人说，在中国几百万平方公里的大地上，几百个大大小小的城市里，传播着成千上万的市场信息。在网络里，在媒体上，在市场里，在饭桌旁，甚至在

大街上，都可能发现有价值的信息，就看你能不能抓住。许多温州人正是喜欢在饭桌上交流经商的心得和经验，他们善于分析市场，知道哪里的钱容易赚到，哪些地方可以开拓市场。他们在总结赚钱经验时说：大型不如小型，重工不如轻工，用品不如食品，男人不如女人，大人不如孩子，综合不如专业，新建不如租赁等。

可见，经商必须将自己的眼睛瞪大，把耳朵伸长，时时刻刻留心，随时听取各方面的信息，再注意仔细用鼻子嗅一下，就可以抓住适合自己的信息。



经商小语

建立外交关系不是为了表达敬意，而是为了得到方便。

——英国首相 丘吉尔

把机会让给同伴

一位采购商非常急切地赶到上海采购用来包装出口毛毯的塑料袋，但是却出乎他的预料，尽管厂家的质量还说得过去，但是对方一直不肯降价，还要求预收制版费。采购商只能无奈地回去。

当他停留在汽车站买票的时候，被一个中年人盯上了。那个中年人一边主动与他交谈，一边递上自己的名片，并且说：“冒昧地问一下，您是打算采购吗？假如您需要的是这样的袋子，我们那里就生产。”原来，采购商手中拿着的上海的塑料样品引起了他的注意。

采购商接过名片一看，原里这位中年人的身份是废塑料回收场的郭老板。于是，他就将自己采购袋子的目的告诉了郭老板。郭老板听了，非常热情地说：“朋友，难得啊！如果愿意，我可以带你到温州看厂，质量和价格绝对是最好的。”

两人上车以后，郭老板才说出事实，这种包装袋自己根本无法生产，但是，他的一位朋友可以提供，价格可以直接找供货的朋友谈，自己不会在中间赚取差



价的。

采购商非常纳闷，这位温州人竟然主动帮助别人揽生意，这有些不符合常理啊！

见采购商犯嘀咕，郭老板说明了原委。原来，外出经商的温州人都会有这样的约定，不管是谁出去做生意，不仅要推销自己的产品，还要帮助好友留意其他行业的信息，如果自己没有办法提供货源，就把机会让给其他人。这样，他可以获得别人找到的机会。

经过旅途的聊天，两人到了温州的工厂。见到产品后，采购商发现，产品质量相当好，而且自己只需要预付一部分的定金，温州商人就会按约定将货物发出去。

精明的温州人不仅可以准确地把握商机，而且善于与人分享，从而得以享受到别人给予的机会，从而壮大自己的财富范围。



经商小语

关照别人就是关照自己。那些总想在竞争中出人头地的人如果知道，关照别人需要的只是一点点的理解和大度，却能赢来意想不到的收获，那他一定会后悔不迭。关照是一种最有力量的方式，也是一条最好的路。

——犹太巨商 哈默

懂得借势的妙处

“好风凭借力，送我上青云”，精明的温州人都懂得如何趁势崛起。假如认定了大趋势的方向，但是自身的实力有限，这时候必须要依靠“东风”了。

温州人都深谙此道。温州的许多企业，大多数都是替别的厂家做贴牌加工，等自己条件具备，就开始打造自己厂的品牌，继而慢慢地做大做强。这之中就有上海的奔腾集团借助“美的”的“东风”，由品牌销售向生产型转轨，得以实现企业的迅速发展。

成立于 2001 年的上海奔腾企业集团在以前只是非常小的一家家电企业，但是该集团只是用了三四年的时间，2004 年销售额就达到了 5 亿元。对于这家飞速崛起的黑马企业，大家都非常想得知企业发展的秘诀。

其实，上海奔腾企业集团以前的业务只是空调和音响的代理销售，名叫“长江实业”。与其他的温州民企没有什么区别，“长江实业”在最初期，就是依靠名牌托销、借船打鱼的策略。

早在 1993 年，企业老板刘建国就开始研究如何让企业做大做强，那时的企业虽然经过了努力发展，但是刘建国觉得自身的实力太过薄弱。于是，他就想出了依靠名牌家电制造商的品牌，做个专业制冷行业的代理商。

那时企业的主要情况属于：一是没有雄厚资金，二是没有政府、社会人脉，三是队伍薄弱。无奈之余，刘建国只能将自己的眼光放在还没有成为知名品牌的“格力”和“美的”上。

为了能够借助这两棵以后可能成为知名企业的大树，刘建国给出的承诺是：第一年的销售额要比前年翻一番，第二年再翻一倍，第三年达到区域的占有率第一。

经过多次的努力和走访，“长江”终于成功地靠上了这两家潜力最大的电器企业，成为美的和格力的温州独家代理商。

刘建国履行了自己的诺言，在 1993 年就把美的空调的销售由以前的 500 万上升为 5000 万。之后的三四年中，长江的业务越做越大，已经成为当地销售制冷电器的龙头企业，年销售额超过了 1 亿元，而美的也自然将温州地区的市场全部占领，成为龙头企业。

到了 1997 年，长江实业更名为奔腾集团，既想进一步壮大业务，又想尽量不承担风险，怎么办？它开始为美的空调生产最简单的零件——空调连接管，就这样开始了企业转型的道路。长江实业开始走上贸易加工结合的道路，逐步建立自己的工厂，建成了长江空调配件厂。

到了 2000 年 9 月，长江家电有限公司与长江空调配件厂进行合并，组建成长江电子工业有限公司。接着，刘建国又逐渐的壮大，在短短 4 个月内，自主开发新型智能的豆浆机，厂子建成立刻进入生产的阶段，利用“美的”在全球的



销售网络，将产品推向世界市场。

转眼到了 2003 年，刘建国又采取了更新的措施。他通过借助上海地域优势的招牌，在上海成立了奔腾实业有限公司，他终于依托上海在全国的优越性，让自己的企业更具知名度。

孙子曰：故善战者，求之于势。借势造势就是利用其他人的优势让消费者感到一种推动力，造成购买动机惯性。造势能够让消费者逐渐地形成从众心理。消费者的购买是非专家购买，从而有一定的盲目性。众人的购买行为会起到带动个人消费举动的作用。造成一定的心理压力，从而形成购买某种产品的潮流。



经商小语

没有能力买鞋子时，可以借别人的，这样比赤脚走得快。

——《塔木德》箴言

第7章

赚一分是一分，不在多少在于用

精明的温州人不仅是在经商的过程中有胆有识，同时也是极为节俭的。他们从不会忽视一个“鸡蛋”的价值，他们坚信，积少成多。没有土壤，何来泰山。没有小流，何来江河。

普通民众从来不去看重一个吸管的利润，但是很多的温州人却因为经营这样的微利商品而成为百万富翁甚至千万富翁。这就是温州人善于积累，善于小中见大的优点。在看似微薄的利润之中积累巨大的财富，这是经商者值得学习的。



注意资金的积累

有这样一个与致富相关的问题：如果你现在手里有一个鸡蛋，你能将它变成一座农场吗？

可能绝大多数的人都认为这是不可能的。但是，在温州人的眼里，却对此深信不疑。先是将蛋孵化成小鸡，然后再让鸡下蛋，蛋再孵成鸡……就这样不断地循环，小鸡越来越多，蛋的数量也就会增加，也就会卖更多的钱。购置土地再买牛羊，于是一个蛋也就变成农场。这看上去有些不符合常理，似乎只是一个寓言故事。它却充分说明了一个道理——财富的壮大是可以从小本钱之中积累出来的。

大多数温州人都信奉做生意必须脚踏实地，常常是白手起家，从无到有的苦心经营，继而通过自身的勤奋将企业做强。

有一个大学生毕业以后就留在了北京打工，他希望能找到一个环境好，工作好，挣钱多，而且有面子的工作，但是一直没有找到。一天早上，他在街边的早点摊吃饭，与摊主大婶聊天时发出感慨，说钱太难赚，做小生意不赚钱，自己想做大生意又没有本钱。摊主大婶听完他诉苦以后，用手指了指被人丢弃的矿泉水瓶子，带着微笑，非常郑重地说：“呵呵，不难！从现在开始，假如你每天都捡这些矿泉水瓶子，然后再卖掉，你不就有了做大生意的本钱了吗？这也不需要你花什么本钱。”当时大学生对此不以为然，并在心中嘲笑摊主：“那得多少年？难怪你只能卖早点，就只会赚这些小钱。”在此之后，这个大学生也换过几次工作，但还是赚不到钱，而且总抱怨。过了几年，那个大学生又遇到摊主大婶了，交谈过后，大学生非常吃惊，摊主大婶靠着不断积累的理念，持之以恒，不断地积攒。现在，她有三套房子，还购置了一辆拉货的车。交谈结束后，大学生觉得这几年的时间全部被浪费了，他也领悟到一个道理：与其每天幻想着发财，还不如踏踏实实地赚小钱。

赚大钱一直是大家心中的梦想，但多数人终其一生，却未能实现。这是什么原因呢？就是因为他们赚钱的心太急切，小钱不赚，自然也就赚不到大钱。

温州人做生意，很多都是从小处着眼，他们的商品几乎很少是以大获胜的。他们经常是从一个小小的眼镜架、一个小小的发卡、一个小小的拉链赚钱的。可就是因为这样“小”的东西，却做出了惊人的战绩。

丁丁点点、小打小闹，是我们经商时最常见的弱点。而温州人却与众不同，他们赚钱都是稳扎稳打，一步一个脚印，从来不会浮夸，那些大家非常需要，但是不起眼的生意温州人都做，他们不计较赚多少，而是担心赚不到。

如同他们当年在巴黎做手袋生意。曾经在一段时间内有 60%温州人在巴黎做手袋生意。他们的产品时间短，价格低，可以保质保量地完工，如此多的优势将犹太人逼出了市场。从生产加工到批发市场一直到零售，全部由温州人把持着。

事情不管大小，温州人都会以最认真的态度去做。走进温州的菜市场，卖菜的全部都是本地人，而在上海却是不一样，上海的菜市场里可以见到来自全国各地的菜贩，原因是上海人一直认为这件事很低等。而温州人的观念却与此相反，他们觉得所有的事情的开头必须是小事情，最后才能是大事情。

生意不管大小，只要可以赚得利润就行。小生意尽管利润少，但是投资小，风险也就低，薄利多销，日积月累，就会是一笔可观的财富。温商大部分人都是白手起家的，尽管心怀大志，但没有资金的支持，如何才能获得第一桶金的突破口呢？如果眼高手低，什么都嫌弃，想发财就是痴人说梦。

在经商赢利中，都是一点一滴的积累，才会有更多的财富。在激烈的竞争中，经营者不要小看小生意。生意场上的事，看着大的未必大，看似小也不一定小，要善于积累，踏踏实实，一步一步地向前走，这样才可以做出成绩。



经商小语

我就是从小做生意勤勤恳恳，才奠定了现在的基础。我常对员工们说：想从事发明必须先从小发明入手，想做大事必须从小事做起。

——日本松下电器创始人、总裁 松下幸之助





不要错过每一个赚钱机会

金融家摩根非常喜欢研究赚钱的方法，可以说是已经达到着迷的程度。他有一个习惯，每天将近晚间的时候，就会到小报摊购买一张有股市收盘消息的报纸，以便回家阅读，他说：“有些人在痴迷足球或是棒球的时候，我却对赚钱情有独钟。”

温州人的血液中也有非常强烈的赚钱欲望。温州商人之所以可以取得成功，就是因为善于把迫切希望改变自身命运的欲望释放出来，并非常成功地运用在市场经济之中。

康奈集团的郑秀康在创业的初期，曾经将别人的“棺材本”借来创业。20 世纪 80 年代初，郑秀康决定自己办皮鞋工厂。为了筹集资金，他将自行车、手表全部卖掉，连妻子结婚的陪嫁都卖了，但还是不够。怎么办？他知道邻居的老人手里有 500 元，但这钱可是老人的“棺材本”，为了创业，郑秀康只得厚着脸皮向老人借钱。老人了解他是一个非常讲诚信的人，也是个会做事的人，于是就把钱借给了郑秀康。凭借这种创业精神，郑秀康将当初小小的一间工厂发展成为国内知名的皮鞋龙头企业。

哪里可以赚到钱温州人就去哪里闯，背井离乡走南闯北，绝不是因为生计所迫或是娶妻生子，而是创业。有这样一个家庭，在得知新疆的石油生意非常好做，于是经过商议，全家人达成了共识，决定抓住商机。他们出钱出力，出了嫁的女儿也入股参加，最后只有 19 岁的小女儿主动请缨并得到批准，怀揣巨款，只身赶往新疆。

当然家庭也非常关心女儿的安危，但在他们看来，性别并不代表更多的意义，安全问题也不会因为性别有过多的区别；在经济方面，男人和女人的责任也是有区别的。一切都看实际需要，人人都能够选择适合自己的道路。可以说，经商的温州人，并不会因为性别而存在更多的差异，只存在商人与非经商者之间的智商问题。

林影曾经是山西财经大学的在校学生，在上学期期间，就在财大附近经营“女

主角时装屋”。服装店从租房、装修，到进货、雇人全是她自己张罗的。为了不
影响自己的成绩，她雇了一名在校学生打理生意，两个人轮班，受雇人在卖出的
每件衣服中都会获得提成，生意非常好。

大学生自己当老板在中关村并不是什么稀奇的事情，而在商业意识较为迟缓
的山西就不同了。人们一打听，才知道店主是温州人。林影的父母就是从事电器
生意的温州商人，她的经商意识也是在家庭环境的熏陶下养成的。报考山西财
大，主要是因为她觉得山西会有更多的商机。

倘若边陲之地的新疆有新的油矿能开发，温州人马上就会像一阵风一样去看
看；就是千里之外的上海有一家酒店要转让，温州人也会立刻动身去看看。促使
他们去探究的原因非常的简单，没准这里面就有可能有商机存在。即使闲暇逛
街，温州人也会将自己的眼睛擦亮。

温州人创业从来不受地域影响。自古以来，温州人都以外出经商作为一种荣
耀。而且他们外出，没有流落异乡的感觉。在改革开放的大时代里，温州商人的
足迹遍布了全国各地。而且越来越多的从最原始的推销成为“坐商”，由四处活
动到坐镇赚钱，形成只要有市场就会见到温州人影子的局面，有温州人的地方就
可以将市场打开的情况。



经商小语

别想一下就造出大海，必须先由小河川开始。

——《塔木德》箴言

突破面子观念

“面子”对于中国人来讲可说是非常重要的，于是很多人在就业时，很容易
进入误区，如怕别人看不起、爱攀比、怕脏怕累、好高骛远等。

一位著名社会学家到宁夏西海固地区考察时，发现当地从事修鞋行业的都是
温州人。他由衷地感慨：在这样穷的地方，这钱还是让温州人赚去了。





其实，温州人的理念之中最大的优点就是可以突破“面子”观念。早在 20 世纪 80 年代初，那些挑担子走街串巷的温州人，用当地人可能听不懂的语气吆喝，做着修修补补的小生意：补锅、修鞋、弹棉花……很多人对他们非常轻视，修一双鞋才赚几毛钱太没出息了，甚至连农民都认为他们的工作是下贱的。

但他们却毫不在意，默默无言地承受别人的白眼，踏踏实实地赚钱。等到那些讥笑的人在其中看到利润的时候，温州人已经完成了最初的资本积累，已经走上了创业致富的道路。

在中国，商业自古以来都被人看作是下等的职业。在古代行业排序的时候，所谓“士农工商，四民有业”，商业被排在了最后。司马迁作《史记》，将为商人立传的《货殖列传》排在全书最后的位置，这表明在史学家的眼里，商人的地位，连测字、相面的人都不如。甚至新中国成立以后，行业排位时商业依旧被排在最后。

因此，有些人在创业时，因为不想自己与商人搭上关系，就掩饰说自己未来创造新的天地。但温州人却是非常的务实，从来不掩饰自己的目的，极为坦诚地说自己就是为了赚钱。例如，有人向威力打火机有限公司的老板徐勇水问他创业的目的时，他的回答是：“就是为了赚钱，过上好日子。”

想要赚到钱，就不要害羞。温州人在做产品的推广营销的时候，“脸皮”比城墙还厚。他们不怕吃苦头，心中有一个念头，不管你怎么看我，我的目的是赚钱。他们用笑脸、用磨破的嘴皮，用走烂全国的鞋子将他们的产品推销到全国各地。

想必一些经商的朋友肯定见过一些拿着使用手册和徽章票据的温州人，他们拿着样品在全国各地做推销，忍受别人歧视的眼光，忍受着别人的拒绝，一次次地推销，总是锲而不舍、坚持到底，始终坚持自己的目标。

正是因为温州人可以突破“面子”的观念，认为职业是不存在高低贵贱的，加上他们经常能做出别人预想不到的事情，决定了他们勇于四处闯荡，占据了别人从来都不屑的领域，不声不响地富了起来。当年，温州的购销员人数多达数十万，像蝗虫一样飞往世界各地。柳市五金低压电器专业市场，有将近 4000 多名购销员在外地活动。被誉为东方最大纽扣市场的桥兴纽扣市场，有近万名农民组

成的购销网络遍布全国，全乡徽章、标牌、塑片市场，有近万人在外地做推销。宜山区再生腈纶市场，有 5000 余人在外地扛着货物走街串巷。

温州人可以突破“面子”观念，顶着压力努力赚钱。他们认为“自己是自己的上帝”，温州人可以赚到钱也就在情理之中了。



经商小语

没有哪个企业创业之初就说自己有如何宏伟的计划，第一步讲的永远是生存，工资怎么发下去，这个难关过去才能考虑下一步。

——尚德公司董事长兼 CEO 施正荣

生意不在大小而在用心

温州人的耐心是非常让人钦佩的，总是一点一滴，一步一个脚印，从来不想着一夜暴富，一旦瞄准某项业务，就会安下心来，非常稳步地赚钱。

每个城市都会有书报亭，它们都属于微利经营。但在太原迎泽大街的“强子书报亭”却是一枝独秀，平均每月盈利超过 8000 元。

温州青年强子来到山西打工，因为不好找工作，于是就将姐姐的书报摊接了过来。卖书报的利润非常的低，一本杂志的利润也就 1 元钱，卖一份报纸也只要一毛钱，可是一天却卖不出几本杂志。

有一天，强子的书报摊遇到一男一女两名顾客，他们居然买了十几本杂志。强子就向女孩询问：“你们这样喜欢看杂志吗？”她说：“不是的，我怎么能一次看那么多呢！我就需要一本，其他的杂志都是帮别人捎回去。”

原来，他们工厂附近是没有报摊的，而且距城里比较远，到城里一次不容易，所以谁来以后都会帮别人带一本新出的杂志。他们厂区周围没什么文娱活动，下班以后只能看电视，总是看电视就觉得无聊，所以大家都非常喜欢买杂志回去看。

两个人离开以后，精明的强子就开始想：他们那里担心不好买杂志，我这里



发愁不好卖，如果尝试将杂志送到他们那里去卖，那我不就能多卖一些？

过了几天，强子就用自行车驮了新出的杂志到那家工厂去卖杂志。回来一清点，半个小时卖出的杂志居然比一天卖出去的都要多。

强子决定将这样的市场打开。他把在城里的报摊的营业时间做了调整，上午在城里卖杂志，午后 4 点关门，轮流去各个工厂卖杂志。这个方法很快就改变了现状：书报摊的杂志销售量由以前每月不超过 1000 册，一下子月销售量就达到了 3000 册。

为了方便读者购买杂志，强子还开展送书报的业务。于是他印制了名片、广告宣传单，随着杂志的销售分发。读者只需要拨打电话号码，就可以预定自己想要的读物。这项服务很受打工者的喜欢，强子的销售额度又增加了不少，而且售出量的不断增加，送书的成本也就降低了下来。

不少打工者喜欢阅读的报纸在报摊找不到，到邮局订阅又非常不便。强子了解以后，马上就承揽了这个业务。他把对方需要订阅的杂志进行记录，专门从图书市场进货，每月负责向客户订送。在三年多的时间里，强子的书报摊居然获利达 30 万元。

生意并不在大小，只是看是否用心，小书报摊也会获得不菲的利润。这就是温州人典型的生意经。

只有小商品，没有小生意。大与小包含的哲理却是一样的。只要你有心，以管理、技术、质量、信誉作为创业的根本，生产出来的商品就会被市场所公认，即使产品再小也可以获得认可，在市场经济之中占据一席之地。



经商小语

宏伟的事业，只有靠实实在在的、微不足道的一步步的积累，才能获得成功。

——日本京瓷公司创始人、总裁 稻盛和夫

凭“一身薄技”走出贫困

面对困境，温州商人从来都不会丧失信心，放弃努力，而是积极主动地去努力，以改变现有的贫穷面貌。那些胸无大志、怕苦怕累的人，受穷是必然的。一个具有强烈追求财富欲望的人就能体会这一点，贫穷与富裕并不是生来就如此的，而且也不是一成不变的。

贫穷并不可怕，付出努力就能改变现状。在贫穷面前没有任何的选择，就是凭借一种不屈不挠的精神去拼搏，付出自己最大的努力。

心中总是保持不安于现状的姿态，即使是眼前的境况非常差，只要凭借自己的能力，努力去改变，自然也会闯出一片天地。

陈兰是温州地区非常普通的家庭主妇，养育有一对双胞胎女儿，老实的丈夫一直在工厂打工，工资一般，一家4口的生活水平非常低。陈兰决定自己动手，改变自己家现在的处境。

有一个非常偶然的的机会送到了她的眼前。这天傍晚，丈夫邀请几个朋友到家里做客，说是到家里来玩玩，陈兰于是在家里准备饭菜。其实，朋友来玩是丈夫曾经在朋友面前夸赞她做饭的手艺，请朋友来家里的真正目的就是品尝厨艺。陈兰做菜的手艺非常好，但时间仓促，丈夫也没有交代朋友来家里吃饭，没做什么准备，陈兰就只能简单地做几道菜。菜是很普通，但是丈夫的朋友却是大加赞赏。有一个心直口快的朋友对陈兰说：“你的烹饪技术真是强过很多的大厨，开家餐馆，一定是顾客盈门啊。”

另一个朋友也附和说：“我去了那么多的地方，走南闯北，吃到这样好吃的菜并不多。”陈兰听了朋友们的赞扬，心中非常高兴。她也觉得要是自己开一家餐馆，自己的厨艺完全是合格的，但是开店的花销，购置设备，资金很难解决。想到开餐馆她觉得自己的资金不足。这时，她看到朋友们喝酒的兴趣正足，便想做一些点心给朋友助兴，于是又进了次厨房。

不久，当陈兰将点心放上餐桌后，朋友们先是闻了一下香味，然后品尝，又得到了大家的赞赏。于是又有朋友说，你可以开一家食品店，就能卖你做的点





心，保证可以赚大钱。陈兰说：“我是可以开个食品店，就在家里做，只要在早晨租一个摊位就可以了。”

这样，陈兰便每天将自己制作的点心摆摊出售，她有自己的规定，一次只做 10 斤面粉的量。由于她制作的点心非常可口，早上一出摊就卖光了。到后来，有一些熟客，来迟了见没有点心，就会到她家里寻找，经常将她留给家人的点心拿走。

陈兰卖点心的时间只有一个多月，而赚的钱却是丈夫的 3 倍还要多。陈兰觉得，卖这种点心虽然很赚钱，但只能是帮助别人解决早餐的问题，如果是公开向社会销售，没有品牌的名分，那可就非常困难了。于是她开始着手创办自己的食品点心店，于是也就有了“兰心糕点屋”，从此，陈兰的日子越来越富裕了。

贫困有时就是一块石头，让人没有办法翻身，透不过气。但是温州人却从不畏惧贫穷。他们总是以现在贫穷的状态激发自己的斗志，努力发掘赚钱的商机，于是他们才能推倒压在自己身上的石头，从贫困中创富。



经商小语

成就一番伟业的唯一途径就是热爱自己的事业。如果你还没能找到让自己热爱的事业，继续寻找，不要放弃。跟随自己的心，总有一天你会找到的。

——美国苹果电脑公司创始人 史蒂夫·乔布斯

采取独特的融资方式

温州人哪怕口袋里面只有 100 元，就想当老板。而若光凭这 100 元，顶多可以做个补鞋摊的老板。然而，若是温州人真的只有 100 元，却可能成为一家价值 1 万元小店的老板。100 元怎么会变成 1 万元？这要得益于温州人独特的融资方式。

在想做生意却资金不充足的情况下，大多数的商人都会采用向银行贷款的方式筹措资金。但是温州商人却与众不同，对他们来说，银行贷款是最后的选择。

因为在他们眼里，寻找启动资金是一件非常简单的事，只要你善于利用，资金并不是一件难事。

温州人的融资方式非常古老而且实用，这就是已经有上千年历史的“民间集会”。如果你资金紧缺，用来进货或是开店，你就可以召集亲戚、朋友、同乡进行“集会”。这相当于非常特殊的储蓄方式，你的角色是“会主”，出面邀会。

据内行人介绍，活会是从建会的第三个月开始，确定固定的时间，比如说每月几号上午几点，入会的朋友全部集中到会主的家里，采用招标的方式拿回会金以及利息。一般来说，最高的标底 600 元，如果你出标 100 元，而且是最高的标数，那么你自然就中标了，其他的会员每个月就会再拿出 500 元，交给会主，会主就会将从会员那收集的钱，再加上中标人的本金，一起归还给你。而你由下个月开始，每月就必须拿出 600 元，直到所有的会员都拿回自己的本金和利息。以此类推。

活会，就是一种附有利息的资金集会，越早使用钱的人就会多支付利息给后来的人。以集会方式筹集资本，目的必须是经营，如开餐馆商店等。与会者必须是讲诚信的人。

个别因特殊因素没有办法还款者，参与者一般都是会留有余地，“你作为他的朋友，只好自己认赔吧！”这也是用到朋友的时候。一般来说，对此好朋友应该予以理解，硬要他还钱，是很少见的，反过来说你作为朋友，应该尽力去帮助，假如他是真正讲信用、有情谊的人，他有了钱是一定会还的，只是时间问题。而逃会者就丧失了自己的名誉，以后再筹资金也就难了。

温州人这种巧妙的融资方式既为急需资金的人解决了问题，还为出钱的人带来了利息。有资料表明，20 世纪 80 年代中期，温州人采用这种方式的融资资金超过了 3 亿元，也是当地私营企业最重要的资金来源。

温州商人“民间资本”的形成，对于市场的成长和资金的流通起到了很大的作用。不但会赚钱，并且善于利用钱，这是温州人可以在市场之中站稳脚跟的一个法宝。





经商小语

做好“借”字文章，做好“联”字文章，借脑袋、借人才、借智慧、借资金，我觉得绝对是聪明的做法。

——正泰集团董事长 南存辉

不会赚小钱就不会赚大钱

在当今社会，获得财富已经成为不少人最为迫切的梦想，他们在梦想着某一天可以日进斗金，获得一个赚大钱的机会。但是能当大老板只是少数，更多的人则是花费一生的时间也无法成为富翁。其中很大一个原因就是因为他们赚钱的欲望过于强烈，导致了内心发生了变化，他们一心想要赚大钱、发大财，可以赚到的小钱却不屑一顾。积少成多、聚沙成塔大家都知道这个道理，但是最先实践的却是温州人。

温州人在总结赚钱经验时就曾说过：大钱小钱都可以赚到，绝对不会放过可以赚到几分钱的机会。他们对于商业价值有很独特的观念，也就有了“不放过赚一分钱”的口号。不积跬步，无以至千里，温州人的财富也是一点一滴积累起来的，他们率先完成了资本的积累，为以后的创业发展打下了基础。

20 世纪 70 年代末至 80 年代中期，温州人经营的都是赚小钱的生意，如修皮鞋、裁缝、经营熟食、卖纽扣、皮衣、小家电等。他们赚小钱的商业活动不仅造就了他们不折不挠的品格，同时也推动了温州经济的发展。

现在的温州已经成为皮鞋最大的生产基地，年产量达 20 亿双，销售额超过 200 亿元；眼镜加工业居全国第一位，年销售额 200 亿元；服装行业的销售额为 500 亿元；打火机也占据了行业的主导。

有一个非常有趣的说法，当美国人运用他们的技术迫使全世界为其工作的时候，他们穿着的衣服都是温州生产的，用的半导体也是来自于温州，起床用的闹钟也是温州的，点烟的打火机也是温州的，眼镜也不例外。

做生意无非是获得利润或是抢占市场。中国的经济发展已然进入微薄利润的

时代，在这个微利时代里，温州人可以紧跟市场的脚步，以微薄利润来抢占市场。

可以中几百万彩票大奖的非常少，更多的人在一生之中都不会遇到。但是，在日常生活中，凭借自己的劳动赚小钱却是非常容易的，就看你愿不愿意去赚。能够依靠开发转让专利技术赚钱是最好的，但如果你现在不具备或是暂时不具备这一类条件的时候，也不妨去赚一下小钱。

小钱赚多了，业务也就扩展开了，积少成多，不就是大钱了吗？假如每天总是想着发财，却不屑于去赚那些小钱，等到真正有赚大钱机会的时候，你认为自己有把握可以抓住吗？

现实中就有不少企业的老板是凭借赚小钱而后赚到大钱的。据统计，国外有非常多的富翁是凭借白手起家或是经营小生意，只有很少一部分是依靠继承财产而发家的。

所以，不要嫌弃你赚的钱太少，事实上，赚小钱也是为了以后赚大钱做准备，因为在赚小钱的过程中，你经商的阅历知识在不断地增长，也是在增长自己的金钱观念和经营观念，也是积累自己的人脉资源，摸索市场规则，了解产业的法律法规。

试想，一个连小钱都赚不到的人，如果交给他一家规模非常大的公司或是工厂，他可以掌控吗？所以，要想赚大钱，就不能有一夜暴富的心理，就必须依靠脚踏实地，不断地积累。



经商小语

小生意怕食不怕息，大生意怕息不怕食。

——恒基兆业地产集团主席 李兆基

怕停不怕赔

做生意最重要的就是坚持。一个人在创业的时期，难免会遇到一些波折和困难，特别是创业的初期。比如经济政策的影响、经济危机等都是不可能排除的因



素。这时候，坚持到底就可以战胜困难，中途退却就永远看不到曙光。

百年城房地产开发有限公司董事长吴云前，在大连打拼 15 年，创造了一个打工青年成为千万巨富的故事。当有人向他请教成功秘诀的时候，他说：“一定要坚持。任何一件事情，只有你自己去做了，才会有感受、有体会。挫折是正常的。做生意不怕赔，就怕停！因为赔了可以赚回来，而停了就意味着赚钱的机会没了。”

有一个非常精明的温州青年，职业是理财专家。他曾经算过一笔账，假如一个人从 25 岁开始存钱，每年存 1400 元，这一点相信大家都可以做到。然后将这笔钱投入到股市或是投资其他产品，在不考虑其他因素的情况下，以每年收益率 20% 计算，如此坚持 40 年，他会积累多少财富呢？

这道题目让不少人头疼，通常的回答就是 20 万~80 万元之间。但是根据复利公式的计算，得出的数字非常的惊人。到底是多少呢？不要被吓坏，答案是 1028 万元！这对很多人来讲算一个天文数字了吧？这个神奇的数字表明，如果持续坚持投资 20 年，到了 65 岁时，你就能成为千万富翁。

原来想成为富翁是这样的简单，就是坚持。难怪有聪明头脑的温州人，可以积累到大笔的财富！

有这样一对温州的兄弟，为了摆脱贫穷的生活，从农村到城里打工，他们没有工作经验而且学历不高，几经周折才被一家礼品公司聘为业务员。

兄弟二人在城里面没有客源，也没有任何关系，每天只能带着各样的礼品、钥匙链、镜框等工艺品的样品，沿着城中的大街小巷找买主。半年过去了，他们四处奔波，磨破了嘴，但是仍旧不能完成任务，甚至一个钥匙链也没有卖出去。

无数次的打击让弟弟彻底丧失了信心，他主张两个人一起辞职，重找出路。哥哥说，万事开头难，我想坚持，兴许下一次就会有收获。弟弟的耐心已经没有了，于是递交了辞呈。

之后，弟弟从招聘的报纸中找工作，哥哥还是四处推销产品。那天晚上，两个人回到出租屋中却是不同的心境：弟弟求职还是一无所获，哥哥却做成了第一笔订单。哥哥曾经多次登门推销的一家企业准备召开大型的会议，向他订购了大量的工艺品作为纪念品，总价值 20 多万元。哥哥拿到了 2 万元的提成。从此，

哥哥的业绩越来越好，订单也越来越多。

几年过去了，哥哥不仅买了汽车，还拥有了自己的房子和属于自己的礼品公司，而弟弟还是不停地换工作，基本的花销都是靠哥哥贴补。

弟弟向哥哥请教成功的秘诀。哥哥说：“其实，我成功主要是因为我坚持的更久一些。”

这个故事告诉我们，获得成功的法则非常简单，那就是锲而不舍，只要你能坚持，就会赢得最后的胜利。

“行一百里者半九十。”可能只剩下最后一段距离，可能也是最难逾越的门槛。其实每一个人的一生中，不管是生活还是工作，都可能会出现困窘的情况。有的时候只需要你再坚持一下，成功就能触手可及。



经商小语

一个不注意小事情的人，永远不会成就大事业。

——美国卡内基钢铁公司创始人 安德鲁·卡内基

居安思危

早在几年以前，温州一家经营饮品的公司在开业的时候就挂出了这样的条幅，上面写着“今日开业，何时倒闭？开业大愁”的字样，让人看完以后就有一种危机感。在开业之后的经营管理中，他们公司用高质量产品以及完善的售后服务不断让顾客的范围增长，名声大振，生意一直都很顺利。可见，“生于忧患”已经是温州人经商的共识。

假如经营者在经营之中没有危机意识，这样的企业早晚会垮掉；一个人如果没有危机意识，可能就会遭遇失败。

一个温州商人在谈论经营经验时讲了一个寓言故事：有一头野猪用树干磨它的獠牙，狐狸见到便问：“你为什么不出去玩玩，而且现在并没有猎人啊？”野猪回答说：“等我看到猎狗和猎人的时候再磨牙就来不及了！”这位温州商人讲





的这个故事告诉我们一个道理：在经营过程中必须要居安思危，建立完善的防风险体系，才能有备无患，才能抵御外来突发的风险。

我们经常讲的“有时常思无时”、“有备无患”等，都说的是这样的道理。仔细想想，你是否曾经做过防范风险的准备呢？如果你不去行动，只是将担忧放在脑海中，那么风险来临时拿什么来抵抗呢。相反，如果你一直在防范经营之中的风险，你就没有必要忧心了，因为你已经有了应对的方法。

经商，本来就是有一定风险的经营活动。现代经营要求我们必须有充分的风险意识，自己可以约束自己的经营活动和风险范围。假如在经营活动中缺乏甚至没有风险意识，就会因为准备不足或是没有准备而陷入混乱之中。

在 2008 年，温州年轻优秀的企业家朱清国就预见了危机的存在，并联合了数十家企业做出反应。在金融危机爆发以前，他向自己的客户以及商会会员做出承诺，积极采取防范措施，为广州商会的多家企业从危机的阴影中走出来做出了贡献。

2008 年，全球金融危机爆发，各行各业都陷入了恐慌之中，给纺织品产业带来了巨大的灾难。然而就在 2008 年上半年，金融危机来临以前，随着劳动合同法的出台以及原材料价格上涨等因素的影响，朱清国凭借敏锐的嗅觉对市场进行分析，意识到危机会对纺织行业的冲击日益加大。他身兼多职，他是钜沣职业发展有限公司董事长、广州温州商会常务副会长、广州大纺织品商会的会长。于是，他便很早就与商会的会员进行商议，提出了产业必须转型，改变销售策略，呼吁会员们降低成本，将对象转为国内市场，向外拓展新的市场。朱清国率先做出了表率工作，在产业转移上下功夫，找新出路。在他以及 35 个副会长的号召下，行业中不少企业提早做好了准备，将损失降到了最低。

朱清国凭借前瞻性的嗅觉以及居安思危的意识，不仅让自己的企业在危机中生存下来，也拯救了商会成员。在金融危机并没有从人们的视线中离开的时候，他又开始研究危机以后的道路。良好的忧患意识和风险防范意识让他成为一名真正的儒商。

居安思危并不是脆弱消极的态度，而是积极果敢的态度，是对商业中的风险有意识地预见和防范。只要在经商中保持警惕，保持居安思危的忧患意识，就可

以避免风险或是抵御风险，最起码可以降低风险的损失。



经商小语

不进行研究的投资，就像打扑克从不看牌一样，必然失败！

——美国著名投资家 彼得·林奇

在模仿中创新

有这样一个寓言故事：

一个人想做一把椅子，就到树林之中砍了一棵树，并且将它锯成木板。这个人锯树的时候，将树干的一头搭在树墩上，自己骑在树干上，并且向锯开树的缝隙插楔子，然后再锯，过一会再将楔子拔出来，往新的地方插。

正好他的动作被一只猴子发现了，心想：原来伐木是这样的简单。

这个人非常卖力，很快就累了，躺下打盹儿时，猴子就从树上下来，也骑到树上，模仿着人的动作锯起树来，锯起来非常好玩，但是，当猴子把楔子拔出来的时候，树又恢复合拢，把它的尾巴夹住了。

猴子疼得受不了而大叫，它极力挣扎，结果把人吵醒了，最后让人抓了起来。

这个寓言故事告诉我们：模仿别人之前，先要考虑自身的条件。模仿时要根据自己的实际条件来进行，总是一股脑儿照抄别人的经验，完全模仿他人的行为，就如同猴子的那条尾巴，一不小心就会被树夹住。所以说，模仿虽然是一种办法，但也不能照本宣科，还要在模仿中学会变通和创新。关于这一点，温州人深谙此道者众多。

温州人最善于模仿，但是从来不生搬硬套。他们有一个共同的措施，就是变通、创新。创新可以分为自主创新与模仿创新。自主创新对企业的各方面要求非常的高，大企业公司会设立专门的研发创新部门，引领行业的前进方向。但对于小企业来讲，并不具备自主创新的实力。于是，像温州这样集合多家小企业的地



区就展开了模仿创新，也就是在别人研究成果的基础上加以变革。这种创新就如同是“站在巨人肩膀上”，减少了创新巨大的成本。

温州苍南县的顺发塑料厂是中国生产彩色塑料袋最多的企业，固定资产近千万，拥有 3 条国际特大的编织袋生产线。这个企业的壮大发展与一个朴素的创意是分不开的。工厂负责人蔡福集与其他的温州人的经历相似，也是购销员出身。在生产初期，他所生产的塑料袋也是白色的，一条编织袋的利润只有 3 分钱。

蔡老板因为受购销员的启发，于是就有了生产彩色塑料袋的想法。因为当时的塑料袋主要用于饲料的包装，而饲料的种类非常的多，猪、牛、羊、鸡、鸭、鹅的饲料都有不同的配方。它们之间最大的区别就在于上面的文字以及标志，但这样的标志，让一些不识字的农民养殖户非常着急。而且，因为标志不是很明显，假如是将所有的饲料放在一起，也非常占地方。蔡老板等人的创新就是以色彩用作标志，并没有将文字废弃掉，而是红色的装猪饲料，绿色的装鸡饲料，黄色的装鸭饲料……这样就很容易识别了。不识字的农民能够识别颜色，用色彩做标志给农民解决了麻烦。

这样的创意非常朴实。彩色编织袋一经面世，就很快地抢占了市场。其产值由 1996 年的 1000 多万元发展到 1999 年的 6800 万元。设备也由普通的铁轮机换成了全自动的 13 条生产线。该产品在国内非常畅销，并向亚欧国家出口，利润也随之翻番。

温州人的成功并不只限于模仿，模仿是为创新做准备。模仿的过程，也是学习的重要过程，在采用别人创新的产品时，自己也在不断地提高技术创新能力。但是单一的模仿是远远不够的，模仿之后的路就是创新：向别人模仿学习的时候，要仔细琢磨透，但需要放手时必须放弃固有的模式，果断独创，走出不寻常的发展之路。

所有的商业模式在操作中都会被别人所复制，而成功与失败的关键就在于是否可以创新还是照抄照搬。善于经营的温州人深谙此道。温州人最值得提倡的地方就是非常善于模仿，以模仿起步，而且可以放弃自己所模仿的一切，将自己的眼光放在超越和发展上。如果他们所模仿的产品已经被新产品所替代，他们就会马上停止自己的模仿行为，不断地改进自己的模式，打造更新颖、更符合市场需

求的产品。

他们在模仿之中寻求超越，在模仿之中找新的突破口，从而达到最为稳妥的成功。

如今，成长起来的温州人已经不局限于在模仿上，在他们看来，创新才能带来财富、才能占领市场。



经商小语

在跑步之前要先学会走。

——温州名谚

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

第 8 章

讷于言勤于事，勤忍是赚钱必修课

在 20 世纪 80 年代，全国的经济状况并没有太大的差距，当时的温州并不富裕，但是却出现了众多的创富传奇。这与温州人的勤奋、能吃苦是分不开的，他们可以吃别人吃不了的苦，忍受着别人歧视的目光，只有一个目标，那就是为了实现自我的人生价值。先行一步的他们，在艰苦的岁月中不懈地努力。在温州，很少有没吃过苦而成功的，温州人的吃苦、忍耐，也体现了另外一种经商智慧。

忍耐是赚钱的必修课

温州人身上最值得让人佩服的就是他们坚强的意志以及忍耐力，这是温州人在创业路途中克服重重苦难的法宝，是温州人可以获得财富的一种素质。一个温州商人曾经说：“没有坚韧与毅力，若是遇到苦难，就放手不管，成不了任何事情，这怎能打拼事业呢？”

在别人都已经偃旗息鼓的时候，温州人仍然在战斗；在别人觉得绝无希望的时候，温州人依然还在努力，这就使温州人获得了更多的财富，比别人更快一步致富。

在温州人的眼中，可以忍受住别人无法忍受的东西，才能使自己能屈能伸，不断地锤炼自己，增强忍耐力，这样才可以保证完成资本的原始积累。温州人从不认为，忍耐是一种懦弱的表现，而是一种极高的思想境界，是经历风风雨雨的洗礼之后培养而成的品格。忍耐锤炼着温州人的性格，忍耐让温州人更加的坚强，对人生有更深层次的理解。

对温州人来说，忍耐是可贵的品德，忍耐是经商中必须具备的品格。有位温州商人说过：“要想赚钱，就必须要学会忍耐。”温州人经商，最为重要的原因就是能够忍耐。为了能赚钱，他们吃各种各样的苦头：浪迹天涯、与妻子离别，做最脏最累的活，还要遭受别人的讥笑和白眼。温州人的传统就是经商，赚钱，当老板，他们可以冷静地看待肉体以及精神所受到的折磨，进而磨炼出惊人的“定力”与“忍耐力”。所以，温州人不管经历什么样的风浪，哪怕自己受再多的苦，都可以掌控住自己的情绪，不会做出过激的举动，他们从来不会半途而废。

商业行为中所具备的忍耐，能够带给人意外的财运。如果只是逞强、争面子，不懂得忍辱负重的道理，不懂得进退的必要，那么，你可能就会眼看着财富从眼前流过而不能得到。

温州人的忍耐并不代表懦弱，也不是消极的对待，而是将痛苦、抑郁锁在心中，不让它左右自己的理智。温州人在经商活动之中领悟到在忍耐之中思考问

题，更深刻地领悟人生，以忍耐的方式表达自己对事业的执着，这样的忍耐才是有实在意义的。

比如，温州曾经经历过一段灰色时期，一时间，温州产品就如同苍蝇一样，人人避之不及，生意场上，假如说自己的籍贯是温州，别人就会嗤之以鼻或是离得远远的。

1987年的“火烧武陵门”事件之后，“温州鞋”的名声是一落千丈。康奈集团总裁郑秀康决心打造质量过硬的品牌，将名字取为“康奈”，其含义就是“健康发展，其奈我何”。并且牢把质量关，注重研发并提高产品档次。1993年，全国一批知名鞋业企业在上海召开评选十大鞋王的会议，康奈集团一副总就拿着新研发的皮鞋参加评比，却遭到同行业人员的排斥，大会组织者对副总说，不能进会议室，只能在外面听，没有顾忌这位副总的面子。好在副总已经做了准备，就站在门外听会议内容，以此争取参加比赛的资格。到参评的时候，“康奈”皮鞋的质量让与会者大吃一惊。要是这位副总不能忍受别人的白眼，一走了之，“康奈”的鞋质量再好，也不能夺得“十大鞋王”的荣誉。

不管有多苦，屈辱有多大，温州人都能够忍下来。他们痛定思痛，改正自己的错误，主动搞好产品质量，用自己的行动来重新塑造温州人的形象。

精明的温州人以忍耐作为经商长远发展的手段，因为，他们知道，只有割舍暂时的利益，等待时机，做长线营销，才能获得更大的收益。很多温州企业家都非常有毅力，十年磨一剑，苦练内功，比如，红蜻蜓董事长钱金波做推销长达8年，而别人做两三年以后就开始投入生产，而钱金波并没有这样，因为他觉得自己的经验还不够多。结果那些提前迈出一歩的现在已经悄然无息了，而钱金波8年之后，创办了红蜻蜓鞋厂，如今钱金波已经是享誉国际的企业家。

忍耐也是对自己心性的一种历练。温州人经商赚钱，能忍受住寂寞是获得财富的重要原因。温州人说：“耐得寂寞并不是不去关注市场中的利润，而是在别人并没有关注的情况下，始终保持积极向上的心态，不断提高自身的能力，为长久发展做准备。”





经商小语

顾客总是对的；第二条，如有疑问，请参见第一条。

——美国沃尔玛零售公司主席 罗伯逊·沃尔顿

安心做好一件事

大多数的温州商人认为，在创业阶段，要想让企业快速进入正轨，要把生意做大，就必须安心做事，企业自然而然就壮大了。

正泰集团创始人南存辉就是其中的代表人物。

1984年，南存辉开始创办乐清求精开关厂。

1994年，南存辉正式成立温州正泰集团。当时的南存辉就已经将“和谐、科学、求实、创新”作为企业文化来发展，他带领员工不断创新，“振兴民族工业，争创世界品牌”。

到了20世纪90年代中期，正泰集团正迎来企业的快速发展时期。在企业快速发展的同时，南存辉也听到了不同的发展意见，有人向他主张要多元化、跨行业发展，有人就主张走专业化发展道路。

面对这些不同的声音，南存辉经过仔细地考虑和研究，慎重地选择了专业化道路。他曾经讲过：“每个行业都会有强大的对手，竞争是日趋激烈的。如果我们不搞好自己的主业，盲目涉足一些自己不熟悉的领域，势必分散精力、资金，不但新的领域无法得到拓展，恐怕自己主导的事业也会动摇！”

现在的正泰已经成为国内最大工业电器制造企业之一，总资产超过了22亿元，销售额达百亿元，经济实力在民营企业之中处于领先地位。

正泰集团在上海和北京两地都设立了高新技术企业，在美国“硅谷”也创办了自己的研发机构。主要生产成套电气设备、低压电器、通信设备、仪器仪表、汽车电器、建筑电器、计算机应用系统软件等100多个系列，5000多个品种的产品。现在有6个专业公司，40多个下属分公司，800多家协作企业，遍及全世

界的销售机构多达 500 家，在全国行业之中一直处于领军位置。“正泰”商标被国家认定为驰名商标，产品出口达 30 个国家和地区，并被国内多省列为免检产品。

南存辉的经营技巧以及正泰的荣誉受到国家领导人的重视。江泽民在 2000 年 5 月 10 日视察正泰集团；朱镕基在 2001 年 2 月的北京中南海接见南存辉；胡锦涛在 2001 年 5 月 1 日视察正泰集团；李瑞环在 2001 年 9 月的世界华商会议上接见了南存辉。

对此，南存辉对于经营企业是这样总结的：“做专才能做精，做精才能做好，做好才能做强，做强才能做大，做大才能做久。”因此，在正泰不断发展的道路上，能够经得起诱惑，耐得住寂寞，始终在自己熟悉的领域经营奋斗，做精做强做大。

可见，经营企业必须要安心，要认真去做。打算经商的人在最初就应该耐得住辛苦，守得住寂寞，牢牢地把握目标。

奥康集团董事长王振滔说：“每个人都有自己的特点、自己的目标，我认为我国的鞋业发展很快，每年以 66.7% 的速度发展。但放在整个国际市场里它还是很小很小，所以它的扩展范围还是非常广的。所以，我想把这锅水烧开，烧到 100 度。我的目标就是鞋王，世界鞋王。烧到这个世界鞋王的时候才达到我的目标。我想每个人不可能做很多行业，隔行如隔山，还不如把自己的专业做强做大。”

当有人向大连百年城集团有限公司董事长吴云前询问成功秘诀的时候说：“我没有什么秘诀，我只是一直在坚持做一件事情！”

是的，在创业的时候，可能路上会出现诸多的诱惑。当你遇到一项新的投资时，就应该安下心来去做，才会把这件事情做好。如果你又选择了别的项目，去做新项目的投资，可能结果还是失败。这就是常说的“捡了芝麻，丢了西瓜”。



经商小语

一个人去烧水，一壶水烧到 99 度，他满以为差不多了，就撒手去烧另一壶水，待另一壶烧到 99 度时，他又去烧其他壶的水……烧到最后，他连一壶水也





没有烧开。

——正泰集团董事长 南存辉

把勤俭视为创业守业的根本

温州商人一直以勤俭作为经商的一个准则，这是由来已久的历史传统。改革开放以后，温州人不断地找机遇，发展经济，奔向康庄大道。但他们的生活一直非常简朴，总是将资金运用到扩大生产上。

现任康奈集团副总裁郑莱莉在大学毕业以后，被父亲郑秀康安排到康奈上班，她的第一份工作就是下车间，做皮鞋。这位“千金小姐”的手，被做鞋的剪子磨出了大水泡，一位老师傅有些看不过去了，向郑秀康求情，但是并没有得到郑秀康的采纳。

半年后，对于做鞋程序非常熟悉的郑莱莉，又开始了从事公司的管理工作。郑莱莉早出晚归的辛苦，也让全公司的同人所信服。

又过了半年，她当上副总裁，事业有成的郑莱莉并没有享受生活，反而认为，老一辈艰苦创业、勤俭持家的作风依然值得学习。“他们的创业精神、吃苦耐劳精神，都是一笔宝贵的财富，更主要的是他们的俭。”郑莱莉是这样讲的，也是这样做的，身为副总裁的她，依然保持着勤俭奋斗的心。

勤俭不仅是人品德的体现，也是经营之道的法宝。曾国藩说：“身勤则强，逸则病；家勤则兴，小懒则衰；国勤则治，怠则乱；军勤则胜，惰则败。”纵观历史，一个民族、一个国家，若是具备了勤俭的风气，必然蓬勃向上，兴旺发达；如果总是追求享受，只知坐享其成、纸醉金迷，是不可能长久的。

温商的节俭在商业是被公认的。在黑龙江经商、创业的温州人，总是勤奋节俭，让本地的人不得不发出感叹：“像他们那样投资一个项目就几千万元的企业家比我们这些小地方人还不讲究吃喝，那么有钱，和工人一样吃饭、加班。原料、设备人力都被他们算计到家了！”

节俭不但可以有效地节约增加财富，还能让人的品质得到升华。懂得节俭的人就会一直坚持积累财富，不懂得节俭的人，即使拥有再多，也注定会消耗殆

尽。精打细算是商人不可缺少的经商素养。创业难，守业更难。要想夯实事业的基础，就必须保持节俭的作风。



经商小语

我认为勤奋是个人成功的要素，所谓“一分耕耘，一分收获”，一个人所获得的报酬和成果，与他所付出的努力有极大的关系。运气只是一个小因素，个人的努力才是创造事业的最基本条件。

——李嘉诚(香港首富)

通过勤奋把握机会

无锡东方国际轻纺城有限公司的董事长黄永杰可以说是温州商人之中的杰出代表。谈到勤奋，他认为：“温州人手中永远都是没有钱的，他们的钱永远都投在了下一个项目上，因此，他们会投入全部的力量来完成这一项目，认准目标后决不放弃。”他提出自己经商成功的经验可以概括为六个字：勤劳、时运、诚信。

在黄永杰十几岁的时候，他就与父亲到广东、河南等地做生意。他的勤奋让他拥有了自己的品牌、商标、公司，是勤奋让不到 40 岁的他拥有了上千万的财富，是勤奋让他一直保持着自信。他说：“离开‘勤’字任何事情都做不成。”

黄永杰并没有否认机遇对于人生的重要性，的确，改革开放以后给他带来了很多的机会。但他更强调的是，只有勤奋才知道如何运用这些机会。可是不少人在现实中因为习惯了懒散，他们总是抱着“宁肯穷死，也不累死”的心态，机会来与不来又有什么分别呢。

温州人从来都是崇尚勤劳厌烦懒惰。温州人可以做别人不能做的事情，能吃别人不能吃的苦，挣别人挣不到的钱。

温州人勤奋、能吃苦，正是这样的品质让他们可以从众多的民营企业之中脱颖而出，一步步迈向事业的辉煌。事实上，温州人勤奋、能吃苦，不仅仅表现在创业的初期。当企业进入正规的运行轨道以后，更需要勤奋，更需要花费精力谋



求企业更好的发展。那些已经被公认为成功人士的温州老板，在他们无限风光的背后，其实他们的辛劳又有多少人了解呢。

以私营经济为主导的“温州模式”创造出让世界瞩目的经济规模。近年，温州市数十万民营企业，占到了全市工业产值的 90%，民间流动资金总量达 3000 亿元。有这样的成绩，就是因为他们信奉吃苦耐劳、艰苦奋斗的“温州精神”。

著名学者、温州大学经济学院教授马津龙曾经说过：“温州私营企业主的工作时间最长，这一点毫无疑问。”他认为，老板的角色让温州人不得不一直处于奋斗的状态。

“虽然衣着华丽，经常出入高档消费场所，但在严峻的市场竞争中，他们从来不懈怠。”马津龙还说：“与过去相比，温州私营老板们所具备的勤奋耐劳精神只是在形式上发生了变化。他们不仅要从事繁重的经营管理活动，还需要将更多的时间投入到学习、社交、管理、公关之中。从这个意义上讲，今天的温州老板并没有改变作风，时代在变化，温州的经济模式也在改观。当年起早贪黑、走南闯北的温州人，今天的他们，除了继续秉承艰苦奋斗的精神以外，更多的将时间放在学习上面：学先进的管理经验和技能，了解更多的国内需求信息，并加以总结，运用到自己的企业发展之中。从而抓住并把握好各种成功的机会，让自己的企业立于有力的市场地位。”



经商小语

机会只有在经过艰苦的劳动之后才会到来。只有那些能够经受得住日常的辛劳、并且依然能够保持生机和机警的人，最终才能赢得机会。

——美国福特汽车公司创始人 亨利·福特

放下身价，路会越来越宽

温州人从来不会对职业进行等级的划分，加上他们有敢为天下先的胆识，勇于到各地闯荡，因此占据了外地人从来不屑一顾的市场，不声不响地富了起来。

在很多年以前，温州人三五成群，将商品带到经济落后偏远的地区，贩卖被套、衣服、小家电等日用百货。

他们总是习惯推销，挨家挨户兜售。其实，在一张张自信笑容的背后却是无尽的辛酸：他们把货物存在县城，独自挑着担子到乡下卖，直到货物卖完或是接近卖完才返回，这需要几天的时间。在这几天里，他们往往是连旅店都找不到，白天挑着沉重的货物到乡下，到了晚上只能到农家借宿。有的农户并不喜欢有外乡人到自己的家中，给钱也不行。

遇到这种情况，他们只能找一个背风的地方露宿。夏天还好一些，冬天真的无法想象。特别是在东北的林区，一到冬天，他们就无法去更远的地方，只好当天返回。但即使这样，东北那样寒冷的地方温州人也是受不了，一路冻得直跺脚，只能靠着快跑来应对寒冷。他们在路上就是这样的啃干粮、喝凉水，饱经风霜，风雨兼程。

有人在回忆这些行走四方的温州货郎时，上了年纪的人都会感叹，说：“不知道他们的肉是什么做的。”

其实，这就是温州人可以发财的要诀：一是不会顾及面子，二是肯吃苦。我们在看富豪的发财史的时候，许多人都是有过一段艰苦的岁月。

康奈集团董事长郑秀康以前只是经营一家制鞋的小作坊，他白天在车间工作，到了晚上就与伙伴支起木板当床。甚至那间不大的作坊还是他借了 1500 块钱才建成的。

在温州人看来，面子并不值钱，可以赚到大钱才称得上有面子，这也是温州人与其他地方人的重要区别。

某大学曾经有一位温州籍的大学生，在校的时候成绩优异，大家都觉得他以后肯定会成大器。他后来的成就是在温州做鱼丸生意获得成功的。

在他毕业不久，得知家乡附近的一个夜市将要转让，他那时也没有找到工作，于是向家人借钱，把摊子盘了下来。因为他对餐饮非常有兴趣，便自己当老板，卖起家乡的鱼丸来。他的大学生身份便招来了不同人的眼光，因此他的生意也非常的好。而他却没有因为自己的身份而怀疑自己的想法是错误的。

现在，他依然做着鱼丸的生意，但也做经营投资，钱赚得非常的多。这位温





州大学生的座右铭是：“放下身份，路会越来越宽。”

在温州人的思想观念中，如果你想有自己的“路”，就必须放下面子和身份，让自己成为“大众”。同时，也不要去想别人异样的眼光，做你认为正确的事情，走你自己想要走的路。



经商小语

在买报和卖报中，我学会了办报。

——澳大利亚新闻集团董事长兼总裁 罗伯特·默多克

善于推销自己

一谈论温州商人，人们都不得不佩服温州人的精明。他们似乎无所不能，往往可以在没有市场的地方开拓市场。无论到哪里经商，都可以非常迅速地站稳脚跟，创出自己的特色经济。

陈舟旦在初次到北京发展时只有二十几岁，他的家族在温州是非常著名的塑料制品生产商，他希望可以可以在北京站稳脚跟。到了北京之后，人生地不熟，如何才能拓展业务呢？他开始采用温州人最传统的套路，先是找到温州人在北京聚集的地方，然后挨家挨户地推销、承揽业务，这样他在北京有了一个非常有效的关系网，也就是“老乡网”。

在结识了不少的北京客户以后，他开始逐渐壮大自己的事业。过去温州生产的塑料制品质量非常差，没有给北京人留下什么好印象，因此，陈舟旦拓展业务的初期是非常艰难，但他没有气馁，他知道现在唯一可以做的事情就是等。

机会终于被他等来了，在当年的全国塑料制品展销会上，他聘请专家专门介绍自己的产品，并让客户免费使用。这样一来，北京的客户对他的产品另眼看待，后来再上门进行推销就非常容易了。一传十，十传百，随着客户之间的交流，现在他的公司不仅在北京打响了品牌，而且产品还向北京周边的地区进行扩展，整个过程不到一年时间。现在陈舟旦的业务已经基本在北京发展成熟。

“只有满足客户的需求，我才能生存，才能站稳脚跟。”这是陈舟旦经常挂在嘴边的。也许绝大多数温州人并不知道达尔文《进化论》中提到的“适者生存”的道理，但是，他们却以自己的实际行动验证了它。

温州商人不仅能吃苦耐劳，而且有自己独特的经营方法。陈舟旦做生意有自己的融资渠道：一是朋友互助，因为温州人的家乡观念非常重，极富互助精神；二是可以赊销，增加自己的流动资金。他几乎不到银行贷款。正是采用这样的经营模式，温州商人在市场之中纵情驰骋，总可以占据先机、稳住脚跟。

陈舟旦的身上不但具有南方人特有的细腻，同时也具有北方人的豪爽和义气。温州商人用自己的实践证明，市场之中不光有利益存在，同时拥有友谊。他们也向人们证明了，那种总觉得“生意场上的友谊是暂时的，只有利益是永恒的”的说法是片面的。

温州人善于推销商品、推销自我。有人曾经说，他们不光是在推销商品，更重要的是，他们最终是将带有温州特色的自我推销了出去。而只有了解像陈舟旦这样的温州人，我们才得以真正地了解温州人的经营策略和创业品格。



经商小语

身为小企业经营者，人们买的是你，不是你的产品。只要你知道如何销售自己，初期投资并不需要准备大笔资金。

——潜能训练专家 张春健

不怕苦，在恶劣环境中艰苦创业

众所周知，拉萨，是建在海拔 3600 多米的“日光城”，去过的人都曾经有过高原反应：呼吸困难，头疼，说话走路都很费力气。

在这样的雪域高原，却活跃着一群温州人。他们从 20 世纪 70 年代末开始陆续到这里打拼，艰苦创业，实现自己的人生愿望。

郑月球是最早到拉萨来创业的人之一。1980 年，年仅 20 岁的他经过跋山涉



水到达此地，高原反应让他几天无法正常活动，然而还有更大的困难在等着他。

那时候，拉萨居民的房子都是土房，垃圾堆随处可见，整个城市几乎没有像样的绿化带。“和温州比，这里简直要落后不知多少年。”郑月球笑着说，“不过，还好这里并不发达，才给了我们发展的机会。”

当时，很多温州人为了生计到拉萨来寻求发展，他们从事的主要行业有裁缝、鞋匠、油漆工、木匠等。

温州人不愧是独具慧眼，就是在油漆工、木匠这样不起眼的行业，居然能捕捉到商机。

郑月球说：“我初到拉萨的时候也做的是木匠，吃住都在藏民家里，就这样干了5年。”之后，他就从一个不起眼的木匠成为西藏华东水电设备成套有限公司的总经理。

“这里相对来说很落后，信息又不便利，资源又缺乏，所以只要是能找到当地需要的东西卖掉是很容易的。”西藏华建水电设备有限公司总经理郑晓飞对前往拉萨采访的记者这样的描述。于是，20世纪80年代末，在拉萨活动的温州人，开始从杂工等转行做服装、低压电器的销售。

当时很多到拉萨闯世界的温州人都抓住了机会，获得了巨大的收益。巨大的商机财富吸引更多的温州人到拉萨。一时间，无论在哪个地方都可以见到温州人的踪迹。娘热路、青年路、林廓北路是拉萨当时最主要最繁华的商业街，这里的店铺有80%是温州人在经营。他们卖服装、卖灯具、卖电器、卖礼品、开餐馆、做工程……涉及的行业多达几十种。

同时，不少温州人也深刻体会到了在拉萨创业的艰辛，他们不仅需要忍受强烈的高原反应，而且贸易必须要翻山越岭。

不少在拉萨的温州人感慨：“那就是在玩命，很多次，我们的脚已经伸进了鬼门关。尤其是冬天，到处都是雪，车子在路上总打滑，在那些狭窄而倾斜的路上，不远就是峭壁悬崖，我们透过车窗，居然能看见不少出事故车子的残骸。”

不过，即使在这样恶劣的环境下温州人也没有退缩。就是这样勇于拼搏、敢闯的精神，温州人最终在“世界屋脊”扎下了根。

今天，如果你有机会去拉萨，你就会吃惊地发现，这里做低压电器生意的几

乎都是温州人，这里的服装行业有一半也是温州人在经销。更为惊人的是，温州人在这里还创下很多的奇迹：世界海拔最高的水电站是由温州人建造的，西藏的小商品市场也是由他们开创的，西藏最高档的娱乐场所也是他们建立的。

不管在多艰险、多偏僻的地方，温州人不怕吃苦敢当先，凭借自己的智慧和勤劳的汗水，耕耘出了一片片属于自己的乐土，并且收获着应得的财富。



经商小语

苦难是金，永远都不要因为自己所受的苦难而抱怨人生。

——美国卡内基钢铁公司创始人 安德鲁·卡内基

从零开始，从头再来

温州人王红与丈夫同时下岗了，夫妻俩就在家附近支起了烟摊，起早贪黑地苦干。过了几年，他们靠做烟摊生意积攒了近 20 万元。在一个朋友的介绍下，王红又借了 20 多万元，进了 100 件香烟，一心准备在春节挣上一笔大钱，没想到却亏损了，而且身上还背 20 多万元的债务。而那个当初欺骗她的朋友，此时再也看不见他的踪迹。

遭受这样惨重的打击，伤心欲绝的王红每天都是精神恍惚。债主们时常到家里讨债，闹得家里一团糟。王红夫妇精疲力竭，只能是相对叹息。但是，王红很快就从不良的状态中走了出来，唉声叹气也是于事无补，还是想办法从头再来吧！只要自己还能干，脚踏实地地干，总是可以翻身的。

“但是怎样才能翻身呢？现在没有本钱啊，就是卖稀饭，也要有本钱啊！”丈夫叹息着说。“稀饭”这两个字像是一道灵光，一下子钻进了王红的脑海之中，我们从头再来就可以从卖稀饭开始啊。

卖稀饭基本上不需要太大的投入，虽然与卖香烟比起来利润非常低，但只要有利润，我们就可以做啊！于是她对丈夫说：“对，就是卖稀饭！一碗稀饭的利润只有一角钱，但是只要量多，依然可以赚钱的。”





那年春天，王红夫妻俩费尽了周折，才在县城中找到一个店面，又办理各种手续，他们已经没有本钱了。丈夫只好回到老家，向亲戚好说歹说借了开店的钱，就这样，稀饭店终于开业了。

稀饭并不是很好卖，两口子起早贪黑地干，但是生意一点都不好。开张 3 个月，就亏本 3000 多元。面对这一切，王红心里非常焦急。她明白，假如再这样下去，不但不能赚钱还会有新的债务。

王红明白了，必须要改变，不变必然会失败。现在生活好了，人们对于油腻的食物已经不感兴趣了，喝点稀饭爽爽口成为人们的需要。如果将稀饭做成正餐来卖，就必须有自己的卖点，“素稀饭”必然不会满足现在的需要，只有推陈出新，对稀饭进行改良，推出有营养的“荤稀饭”，比如“鱼稀饭”系列、“腊肉稀饭”系列、“斑鸠稀饭”系列、“肥肠稀饭”系列等。

另外，还应该为稀饭进行蔬菜搭配，把大餐的饮食特点合进来，卖稀饭的利润就会提高很多。

于是，王红找到当地的电视台做广告，大胆提出“改变传统稀饭的做法，将稀饭改成正餐，把稀饭做成营养餐”的新的饮食理念，这一招非常有效，许多老人和妇女纷纷到她的店品尝营养稀饭，想尝尝鲜。

新品稀饭推出的当天，一大早，夫妇就熬了五种不同搭配的稀饭，免费给顾客品尝。客人们吃完以后赞不绝口，都说很新鲜。因为他们从来没有想过吃稀饭还有这么多的花样。这样一传十，十传百，没多长时间，小店是顾客盈门，并且都是为了特色稀饭而来。此后，前来品尝稀饭的客人越来越多，每天客流量达到了百人次，营业额有时能超过 2000 元。

面对生意越来越好的场面，王红为了让自己打造的稀饭品牌更加的持久，她在稀饭上做起了文章，推出了“金玉满堂粥”、“龙须银耳粥”、“珍珠翡翠粥”等一系列滋补粥、美容粥，非常受食客的欢迎。她又到工商局注册了“王红稀饭大王”的商标，王红又在餐馆添加了风味小吃项目，由于味道正，价钱合理，也受到了顾客的青睐。

做生意，既需要精明的头脑，同时也必须要有踏踏实实勤勤恳恳的态度。缺少了这点，生意是很难做成的。只有不畏惧失败，才能获得新的成功。



虽然起步迟，只要不畏惧挫折，坚持到底，照样能够超越他人。

——松下幸之助

天广地阔，哪里有钱到哪里

温州人恋乡不恋土，无论是在哪个地方，只要可以赚到钱，哪里就可以当作是第二故乡。人生在世，哪里有钱就到哪里，世界就是舞台。

有人说，温州人非常善于流动。温州人的足迹遍布天下。

实际上，温州人在流动的过程中，积累了非常多的人际关系，了解多种商业信息，这也是他们不断成功的原因。“流动中，会与不同的人进行交流，积累各种不同的知识。假如是流动一百次，但是可以抓住一次机会就可以了。”

有人这样讲，哪里有了市场，哪里就有了温州人；哪里没有市场，那里也会出现温州人。从 20 世纪 80 年代开始，温州人就开始外出做生意，他们的足迹已经遍布了四海五洲。

上海、北京、西安、杭州、新疆、成都、西藏……这些地方都聚集了众多的温州人。

北京可以说是温州人的大本营。北京城中有一个非常著名的“温州村”，他们散布在五道口、大钟寺、沙窝和大郊亭等地。“章光 101”的创始人赵章光、“中国阿信”徐小英等都在北京居住。

上海也是温州人大展身手的地方。南京路是上海人最引以为豪的商品世界，而大部分的生意店铺都是温州人开的。

有着“世界屋脊”之称的西藏也是温州人钟情的地方，据统计，进藏经商的人中有一半是温州人。拉萨市有一条以裁缝铺为主的“温州街”。

在温州，如果小伙子总是憋在家里，就会被周围的人看成是窝囊废。温州还有一个说法：“死，也要死在外地。”所以，“能做生意的地方就会有温州人，有温州人的地方也就会出现市场。”有一次，一位意大利人踏入中国国土的时



候，他幽默地对海关人员说：虽然我是第一次到中国，但我却已经有了非常多的中国朋友，有的是在欧洲认识的，也有的是在非洲认识的，他们都来自于温州，温州人出国是不是不需要护照？引得海关人员一阵阵发笑。

如今，有更多的温州企业走出了国门，走向了世界。德力西集团在上海立稳了脚跟，对此，德力西的上海负责人这样讲：“选择上海，就是与国际接轨。”他说：“上海是中国最大的都市，有着港口、地域、品牌、人才、潜在市场、政策优惠等众多的优势，这些优势凝聚了多种魅力，像磁石一样吸引了众多的企业。”

2003年，在“世界温州人大会”的世界论坛中，社会科学院研究员王春光曾经感慨：“温州人遍布全世界，哪怕到天涯海角，都有温州人的踪迹。即使温州人居于各地、天涯海角，他们还是温州人，还是没有抹掉身上的特征。”

温州市副市长陈宏峰曾经说过：“温州商人既注重利益也注重义气，他们很勤劳、有智慧，非常善于抓住机会。”陈宏峰认为，自宋代开始，直到现在，温州人一直在非常浓重的商业气氛中生活，一种氛围与一种文化底蕴支撑着温州人走向社会。



经商小语

我要借上海的优势，打造我的生产基地，把我的“泵”像导弹一样发射升空，辐射全国甚至全球。此时不来，更等何时！

——上海凯泉实业集团总裁 林凯文

第9章

学习也是能力，不断学习更具活力

学习，可能很多人只停留在校园，但是却不知道，真正需要好好学习的阶段却是在社会。社会就像是一个大熔炉，锤炼着人才与渣滓。温州商人并没有受到较高的教育，但是他们在创业之中或是创业成功之后，却从不忘记学习的重要性。他们虽然节俭，但是为了学习肯花费重金攻读商学院。这样的学习并非是为了一个能满足自己虚荣心的文凭，而是为了让自己的视野更加广阔，让自己不断成长，以防止在竞争之中遭到淘汰，这样的学习，也是创业者与经营者所需要的。

学习是最先进的竞争力

有一点并不需要掩饰，许多获得成功的温州商人并没有读过多少书，学历并不高。但他们并没有忽视学习对他们的重要性，也不能说明他们都非常厌学，更不表示他们不具备学习能力。他们的知识是从实践之中得来，在社会这所特殊的大学之中所学习的，是书本上所没有见过的。

许多温州商人都是因为家庭贫穷而读不起书，不过，这并不代表他们没有机会。因为改革开放以来，转型之中的中国也是很多人难以读懂的一本大书。投身在商海波涛澎湃的“活书”之中，可以学到更多有用的知识。事实上，正是因为温州商人在市场之中可以看出“书”的一些端倪，他们才更有机会把握成功。

知识就是得以发展的基础。温州人的学历不高，也曾经受骗吃亏。朱张金在第一次去俄罗斯的时候，只带了一个计算器，只掌握几个简单的俄语词汇，如“一、二、三、四、五、好不好、价格是多少、行、可以”。

后来朱张金将生意发展到欧美国家，也感觉语言交流的不便，做生意非常困难。1999年冬天，朱张金参加了一个在美国举办的皮革展，一个加拿大商人推销一种叫 landcows(死牛皮)的货物，每张的售价是40美元，朱张金心中非常高兴，他琢磨这个 landcows 与 deadcows 的价格是一样的呢？根据朱张金自己的理解，死牛皮的英文应该是 deadcows，自己没有听过的 landcows 一定是优良的牛皮。于是，他非常高兴地从美国到加拿大看牛皮，结果非常失望，那 landcows 就是 deadcows，而老外并没有欺骗他，因为死牛皮就是叫作 landcows 而不叫 deadcows。只是差两个字母，让朱张金白白地跑了一趟，浪费了钱财。从此，他决定努力学习英语。而今，只是初中文化的朱张金可以用流利的英文与外国人进行商业对话。

与改革开放初期进行比较，在知识就是金钱的今天，缺乏知识没有求知精神的人想要获得成功，是很难办到的事情。所以现在，很多温州商人在填补知识的空白。

汪立成更是为了学习知识付出了大量的时间，因此他的见识逐渐地增长，知

识结构越来越完善。他的起点是从一个丝厂的学徒工开始，那年他只有 16 岁，最后他可以在商业论坛之中坐而论道，汪立成的学问增长与其财富增长是同步的。

“001 天线”的项青松学历也不高，他觉得自己的知识实在是匮乏。现在，他每天坚持学习 2 个小时以上，基本上一周就会写几篇文章。他还读了工商学院的研究生，并且成绩优异。不仅如此，在他的公司还专门制定了员工学习的制度，公司花费资金培养员工学习。项青松说：面对 21 世纪，中国与世界的联系程度越来越紧密，我们的企业拿什么与人家比，靠什么？就需要知识。面对未来，我们的知识是匮乏的，不学习是不行的，否则注定被淘汰！

一个人不仅需要研究书本上的知识，还要在社会这样的大学学习，学习人情世故，这样才能适应社会的发展。温州商人在实践之中学到了很多有用的经验，以此来引导他们日后的发展。



经商小语

当我停止学习新的东西并开始谈论过去而不是将来的时候，我就该离开了！

——美国通用电气公司董事长兼 CEO 杰克·韦尔奇

边做边学总会有成绩

温州人的生意经中有一条经商原则就是“不熟不做”，但是熟悉依靠的就是学习。边做边学，既能把握住市场中潜在的机遇，又能够把握市场未来的发展方向，可谓一举两得。

当你觉得做某一行是可以谋利的，但是并不具备相关的专业知识，怎么办呢？是先去学习，然后再去干呢？还是先去干，边干边学呢？可能大部分人觉得第一种方法比较稳妥，但精明的温州人却总是选择后者。创业需要机遇，如果任何事情都做准备，往往是准备好了，市场却已经饱和了。

浙江奥奔妮集团董事长郑晨爱在创业之时，对于自己要经营的服装行业并不了解。但是，当时任糖烟酒公司业务经理的郑晨爱居住在三牌坊，不远处就是妙



果寺、八角井等知名的服装市场，服装市场的兴旺让具有商业眼光的郑晨爱看到了服装行业的前景。

当时的温州的着装潮流是西服，郑晨爱在电视上了解到，内地城市的人们大多数还穿着老式的中山装，他立即意识到，内地有很大的西装市场。

于是，郑晨爱马上辞职，并购置了 7 台缝纫机开始生产西服。第一年，郑晨爱就获得了回报。郑晨爱说，选择西服业有一个原因就是自己对于西服真是一窍不通，而西服的款式并不多，只要掌握一定的工艺和设备的操作就可以了，创业相对容易些。实际上，郑晨爱从不懂行到成功，花费时间主要在学习上。他说，自己对于制作服装，不断地学习，希望自己可以进入这个行业。

阿里巴巴的总裁马云说过：“很多时候创业者因为自己搞不清楚而不去创业，实际上等你搞清楚以后就更不会去创业了。书读的不多没有关系，就怕不在社会上读书。”

庄吉集团董事长郑元忠当年最初从事的行业也不是服装，从创建精益开关厂到组建精益集团，郑元忠的经营道路很顺利。但是，乔石委员长到精益集团来参观，却让郑元忠意识到自己的欠缺。他说：“当时我的企业是有了一定的规模，乔石委员长到企业来视察：问我赚了多少钱，我说也就百八十万的，他问把增加的固定资产算进去了吗，那也应该是赚来的钱。企业家赚钱越多对社会的贡献就越大，这里面需要很大的学问，我听了后满脸羞红，当时就想我只是初中二年级的水平，要大有作为对社会有大贡献，这种水平肯定将来不行了，当时我就下了决心要上大学。”

1992 年，当精益集团的发展正处于鼎盛时期的时候，40 岁的郑元忠却下定决心放弃了精益集团董事长的职位，保留 30% 股份，去温州大学学习经济学。后来，他又转读服装设计。

这样的举动让很多人不解。郑元忠的解释是：“我上大学是花了血本的，我是与企业完全脱离，聘请了一个总经理代替我的工作，他的年薪为 50 多万元。读了两年，单是支付代理经理的薪水公司就花了 100 多万元，那年我已经到了中年，我去上学并不是为了要一个文凭，而是真正地去学习，住进宿舍中，关掉了手机，谢绝外面的应酬，认真地学了三年，三年的课程，我只用两年的时间就掌握了，在不惑之年，我上完了大学。走出校门，重返商海，那时候的心境就不一

样了，胸中的天地更宽阔，这笔钱并没有白花。”

1993年，郑元忠创办了“庄吉”服饰有限公司。

在温州大学读书的过程中，郑元忠不仅是在学知识，更在思考，在寻找商机。1998年5月，作为温州政协常委的他，建议将温州大学进行私有化改革，并提出高薪聘请清华、北大联合办学，招生价格可以浮动变化。“我要一人买下温州大学。”郑元忠言论一出，一石激起千层浪。郑元忠却说：“在温州大学读书时，我就认为学校的运行管理有很多的问题，早就希望温州大学可以进行制度改革。后来温州市政府找到我，说大学私有是很困难的，温州大学有那么多教职员工，你改制以后的门槛变高了，去外地聘请教授，那么这里的员工、教师怎么办，我们市政府承受不住压力。我一想也是，就退了一步，就投资温州大学服装设计学院。目前我们已经拿出了5000多万元，我想不需要多久，我们的服装学院将成为一流的学院。”

郑元忠曾经感慨道：“30岁时去看20岁做过的事情，已经不觉得怎样了；到了40岁看30岁的事，也没觉得有什么骄傲的；现在50岁了，想想40岁的时候，自己并不是成熟的，人的一生看来确实要活到老，学到老。”

一边学一边做，温州人似乎总是理论与实践并行的实践者。正是这种精神，使温州人不仅获得了财富，也在获得财富时获得了知识。



经商小语

我们面临的是知识经济的时代。我们要让知识经济起来，我们也要让经济知识起来。

——上海锦丽斯有限公司总裁 杨介生

183

不断学习才能更具活力

当今社会，经济信息飞速发展。企业经营必须具备这样的能力，就是在经营过程中迅速发掘有利于企业成长的信息。而信息经济最为主要的两个特征就是企业环境的复杂化和迅速化，因此企业要想在竞争中获得一席之地，就必须具有学



习的精神和学习的能力。

21 世纪的信息技术应用是最为普遍的，有着组织学习能力的企业快速发展是一个必然，这种“组织学习能力”很大程度上影响着企业自身的生命力。

什么是“组织学习”呢？就是企业或生产单位依靠学习的知识解决问题的能力。更详细地说，这种学习能力主要包括四个方面：传播或分享信息，掌握知识，分析信息，应用知识。

在当今社会，组织学习的质量日趋成为企业重要的竞争优势。在组织学习的过程中，企业必须具备将有效的信息与生产、企业发展相结合。

“明天的世界是不可预知的，会有更多的新发现呈现在你眼前，要想做一个与时俱进的企业，只能是学习，学习，再学习。在温州所有的企业，从皮鞋、服装、电器到打火机，创业时的起步都是由模仿开始的。我觉得模仿并不是可怕的事情，我们知道学毛笔字，最好的方法就是临摹……”这是在接受中央电视台《半边天》栏目组采访时朱爱武的精辟说法。

在大众的眼中，温州商人大多数的学历都不高，但是温州人自己却不是这样看的。正如一位温州人所说，外地人都讲温州人的文化水平低，但我相信用不了多久，外地人就会说温州人是最有文化的。如果你能近距离地接触那些温州知名企业的带头人，就会相信我的话不假。

如今的温州商人是崭新的一代，身上散发着年轻的气息与时代感，他们会抽出大量的时间放在学习上，他们会到大学中参加专家的讲座和培训。在杭州、上海等各大城市里，甚至在温州本地的 MBA、EMBA 班里，大家都可以看到温州商人在学习上刻苦不倦的身影。

“问渠哪得清如许，为有源头活水来。”宋代理学家朱熹的这句诗已经非常清楚地阐述了学习是何等的重要。在这个高速发展的时代，只有肯学习、顺应时代才不会被淘汰。大凡有活力的企业，都非常注重学习的意义，也只有不断学习，企业才能更具生命力。这样的企业，可以最大限度地满足市场的需求，达到资源的优化，因为这样的企业都有着独特的学习能力和运用知识的能力。



经商小语

我们跟国外公司在竞争当中，应该向他们学习优秀的地方，好的地方，但是，每个企业都肯定有自己的不足。假如我把自己的不足用人家的好处、优点弥补，我相信我们的竞争力会不断地提升。我们的前途是一片光明的。

——正泰集团董事长 南存辉

改变观念才能更会赚钱

温州人之所以在商业竞争中能迅速捕捉商机、先知先觉，根本原因就是思想从来不保守，观念更新快。大家经常听到知识改变命运这句话，其实真正改变命运的是正确的观念。温州人能够赚钱，得益于在许多新的观念上的突破。

1. “所有制”的观念

当北方人还在被公有制观念束缚，思想没有得到解放，观念不够超前，潜意识之中还对“私有经济”心存恐慌的时候，温州人的观念中就有了“不管白猫黑猫，能够抓住老鼠就是好猫”的想法，认为能够促进生产力向前发展就是好的所有制，反之就不是好的所有制。

20世纪70年代末80年代初，温州人开始搞家庭作坊式生产，搞专业市场，搞个体经营，搞股份合作等，在当时没有任何的政策凭据。但它却适应了时代发展的需要，符合温州当地人多地少、国家投入少、生产力水平低下的实际情况，也符合当地百姓最根本的利益。

2. “市场”的观念

早些时候，北方的企业管理者有问题就找政府领导，希望政府可以帮助解决困难，甚至希望领导可以特殊照顾。这样做当然是在走捷径，但政府的领导要维护市场“公平性”的原则，不可能超越职责范围，不尊重市场原则地去照顾企业。





所以，发展经济就必须直面市场的压力、竞争，认真考虑市场的走势，密切关注市场行情，以市场为主导来制定企业发展路线，从市场上找出路，这才是谋求发展的根本道路。温州人在经营过程中，早就习惯在市场中摸索而不是将希望寄托在政府身上，从而创造出了一个个让人瞩目的成绩。

3. “唯上与唯实”的观念

温州人一直以非常务实的态度，来对待上级的政策，总是根据自身的情况而行动。北方人则是更多地强调政治观念，常常从政治的高度来考虑政策观念，总是将政策当成做事的指导思想，却忽略从实际出发。

4. “团队”的观念

温州人在市场经济的条件下，表现出了极为良好的团队协作精神：大家都拼命各奔前程，挣自己的钱，有困难的时候大家会相互扶助，不会去坑害别人。而北方人一直受小农观念的影响，难免有的时候“内讧”，不能很好地进行团队合作。总是怕别人冒尖，而且经常打压新观念。

5. “铁饭碗”的观念

有些地方在为“铁饭碗”职位挤破头的时候，南方人已经开始将公职职位放弃准备去打工创业了。早在1980年，当时任温州通用机械厂重要岗位的郑秀康就毅然辞职下海，还将家中值钱的东西卖掉做本钱，开始学做皮鞋。当时这样的行为在别人看来简直是发疯了。正因为这样的胆识，所以他才有了日后的辉煌成就。

6. 行动观念

温州人认为商机就是金钱，抓住就不松手，北方人却总是将“等机会”放在嘴边。还有，温州人能善于创造机会，认为只要大胆探索，勇于开拓，不利的因素就有可能转变成适应发展的有利因素。北方人则比较求稳，善于守成，很少做出惊人的举动来。

7. “面子”观念

温州人始终以赚钱作为赢得面子的方式，北方人却总是掩饰自己对金钱的向往，温州人恰恰相反，比如好多城市修鞋的都是从温州过来的。他们抛家舍业，不畏艰难困苦，干别人觉得丢人的工作，而北方人总是秉持着陈旧守家的观念，即使下岗回家没活干，宁肯在家吃窝头，也不愿意出去赚“丢人的钱”，甘心受穷也不出去实实在在地干。

8. “人才”观念

温州特别赏识人才、能人，只要可以壮大自己的企业，就大胆地提拔，做到真正地有效利用人才。温州人深谙用人之道，可以做到用人不疑、用其所长、大胆放权。目的就是让人才在企业当中发挥最大的作用，力求各尽所能，各得其所。北方则一直强调“忠厚老实”的原则，要求人稳重。从来不敢大胆下放手中的权力，导致人不能尽其所能为企业发展服务。

9. “从政与从商”的观念

温州人将经商作为一种实现人生价值、人生态理想的方式，秉着坦然经商的理念，经商的目的就是为了赚钱。所以有不少的温州人下海经商，甚至放弃公务员优越的条件，毅然投身到商界之中。从理念上，这也可以充分体现温州人的开拓精神。

10. “抢先”的观念

当一些新的商机出现的时候，北方人总是观望或是研究，温州人已经将钱揣到了口袋里。

温州人精神就是温州人的行为与思维观念。做一件事，正确的观念很重要。观念正确，并快速地应用，事情就比较好办；观念错误，总是在原地徘徊，这样就没有办法做事情。只有以正确的观念作为指导，才可能真正致富。

经商小语

思路决定出路。

——阿里巴巴创始人 马云

不要满足于自己的现状

失败的人心中自然有失败时的心态，成功的人也有成功时的心境，心态影响思想，思想影响行为，这是一连串的连锁反应，包含着因果关系。做生意求发达，心中必然会有强烈的发达心态，要发达就必须想如何发达，如果连怎样想发达的心态都没有，那何谈发达呢。

随着国内买方市场的形成，经济一体化进程的加速，加之企业优化升级的迫切需要，温州企业的发展迎来了新的挑战。随后，温州开展了招商引资的举措，推动温州民营企业与国际大型企业的并接发展，力求引进外来的经济模式，促进整体经济的发展。

这项举措的实施，遭受了不少人的质疑，然而，温州市委、市政府却非常的理智，只有加大招商引资的力度，才能引进资本、引进更好的技术、先进的经营理念和占领更大的市场，促进产业结构升级，合理优化资源配置。

2005年，在温州的土地上频频出现跨国公司、世界500强企业的身影。“通用电气”与“正泰”成立合资公司，全球啤酒业巨头英博啤酒集团与雁荡山金狮啤酒公司达成合作，世界饮料业巨头“可口可乐”进驻温州经济开发区，“百安居”、“卜蜂莲花”也随之到来……一年内，有5家世界500强的企业进驻温州。

温州广大民营企业在外资企业进驻的情况下“借势发展”。“人可工贸”与瑞士著名制笔业巨头凯兰帝合作；浙江二三帆明胶厂同法国罗赛洛明胶集团合资的罗赛洛(温州)明胶有限公司，在一年里就获得了国际最严格的认证公司——挪威船舶会社颁发的多项体系认证，告别了明胶只能进口的历史……用正泰集团董

事长南存辉的话说：“合资以后才明白引入外资和招商的意义。”

在外力驱动下，温州民营企业的步伐与国际市场越来越接近了：瑞立集团作为汽摩配件领军企业，通过买壳在美国纳斯达克上市；康奈集团一直为打造“国际知名品牌”做准备，与法国一家连锁百货商店签订了连锁销售合作关系，外方承诺今后5年之内让康奈进驻欧盟的高档商场。

温州人之所以成功，一直以来都是以做大企业家的态度做事情。努力奋发进入国际市场是他们拼搏的动力，具有雄才大略的温州人就是以这样的动力作为努力方向，促使自己采取行动，将自己的理想与市场结合，最终实现理想。



经商小语

21世纪，没有危机感是最大的危机。

——哈佛商学院教授 理查德·帕斯卡尔

敢于偷师偷艺

偷师学艺也可说是学习的一种方法，虽然并不是什么正大光明的事情，但也不失是一个聪明之举。太极大师杨露禅就是采用偷师的方法成为一代宗师。当然，杨露禅如果只是偷学技艺而不去参研领悟，想要成为一代宗师也是不可能的。同样，温州人不仅会模仿，还会创新，因此才有了今天的成就。

现在的温州已经从最初的模仿加工出口转换成创造自主品牌的阶段。中国鞋都、中国电器都、中国金属外壳打火机生产基地、中国剃须刀生产基地、中国锁都、中国印刷城、中国制笔之都、中国塑编之都、中国合成革之都、中国塑料薄膜生产基地，已经正式在温州落户了。这么多以中国冠名的商业集群，让温州成为举世瞩目的轻工业之城。

一谈到温州人偷师学艺，梁伯强可以说是最厉害的一个，因为他的偷学就是在人家的眼皮底下得来的。

1998年，一篇名为《话说指甲钳》的文章吸引了梁伯强。文章中提到：朱总理在一次会议之中，谈到了对指甲钳不满意的事情。梁伯强想，这样的小事也能

让国家总理记挂在心，可见这件事并不小，这里肯定存在商机，如果自己可以生产出质量好的指甲钳，填补市场空白，不就可以得到发展吗？

梁伯强经过调查发现，世界上韩国出口指甲钳数量占据了世界第一的位置。于是，梁伯强踏上了韩国的领土，前去“学习技艺”。他以做韩国著名指甲钳品牌代理商的理由，一开口进了 30 万元的货，然后开始以质量为理由进行批评，说韩国人的指甲钳质量不过关，产品老崩口，总是找韩国人的“麻烦”，让一贯自高自傲的韩国人非常气愤。

最后，为了证明韩国生产的指甲钳的质量过关，韩国人在愤怒的情况下，将产品的原料和加工工艺都告诉了梁伯强。对方老板还带着他参观了加工的全部流程。这样“学艺”的过程将近一年的时间。

1999 年，梁伯强花费巨资，自己办起了指甲钳加工厂，并注册成立了中山圣雅伦有限公司。经过几年的努力，现在他的指甲钳销售额超过 2 亿元，产品在全国 400 多个商场销售，并成为中国指甲钳行业的龙头，生产水平居于世界一流。

大家在武侠电影中看过霍元甲偷学迷踪拳的过程，最后成为宗师级的拳师。梁伯强为了学到生产加工指甲钳的技艺，可谓煞费苦心、卧薪尝胆，最终获得了成功。他们这种学习的经验值得我们借鉴。



经商小语

创造性模仿不是人云亦云，而是超越和再创造。

——哈佛大学教授 西奥多·莱维特

具有惊人的模仿能力

有很多温州人侨居在世界各地，只要他们回到家乡，他们的衣着与日用品就成为有心生意人的目标。时尚的衣服，别致的纽扣，新式的打火机，若是到了温州人的手中，用一晚上的时间就可以了解它的构造，这个侨胞第二天就会看见一个款式、造型、功能一样的仿制品放在桌子上。这往往会让人感觉不可思议。

其实，大多数人知道温州人非常善于模仿，但能够做到惟妙惟肖，却是需要花费一番心思的。一个刚刑满释放的劳改犯，转眼间就成为“皮夹克大王”，这件事情可能大家都觉得是奇闻，但是确有其事，制造这件奇闻的人叫刘世明。

1988年，刘世明刚从监狱中出来以后就到北京打工，那时的他非常迷茫。一个星期天，他在西单附近闲逛，这时，一件事情引起了他的注意，原来有人为了购买一件夹克衫打了起来。刘世明想，难道皮夹克这样好卖吗？于是，他就在西单附近的商场考察，发现在西单、王府井等北京最繁华的商业街，卖皮夹克的店只有两家。

于是，刘世明心中想，这不就是一个商机吗？那时的皮夹克款式很单一。只有黑色。关键是此时夹克衫是一种时尚，价格不菲，好多人想买没有钱。

具有敏锐目光的刘世明没有犹豫，开始动手制作夹克衫。一开始他也做不好，几乎不懂缝纫，什么面料好，什么款式流行，他都不太懂，只能是按照市场中的样式来做，但就是这样干了不长时间，刘世明就赚到了人生的第一桶金。我们不得不佩服温州人的模仿能力。

更为重要的是，他并不仅限于模仿别人，而是一心想要生产出一流的夹克衫，他开始琢磨服装的质地、面料以及款式，来进一步提升品质，丰富夹克衫的种类，正是这种不断地进取，使得刘世明生产出品质一流的夹克衫。

在他的带动下，不少温州人开始从事生产、加工、销售皮夹克的生意。在《温州悬念》一书中，作者曾经描述了这样的场景：“皮夹克的生产工艺简单、利润好、销量大，很快让浙江村声名大噪。到1994年，全北京市的皮夹克有80%以上来自浙江村。1989年苏联解体，东欧诸国发生大动荡，一夜之间，大量‘国际倒爷’涌进中国北部，皮夹克的销量又增加了几倍。浙江村里出现了不少外国的倒爷。在这样的忙乱和繁荣中，浙江村完成了原始的资本积累。”

有人曾经说，浙江村的发展与刘世明制作夹克是分不开的。而在他自己看来，他的发展也是由模仿到创新的一个过程。其实，很多杰出的温州企业家发现，要想真正地让企业前进，只是单纯地跟风模仿是不行的，关键还是要创新。如今，更多的企业注重品牌的创新和产品的升级，例如正泰、红蜻蜓、庄吉等，这些企业都有自己产品的特色。





经商小语

模仿是最大的恭维。

——美国克莱斯勒汽车公司总裁 李·艾柯卡

模仿是创新的第一步

中国社会科学院社会学所研究员王春光将模仿称作是另外一种创新。王春光认为，模仿是创新的第一步。

温州人很多的创新都是在模仿的实践中得来的。让温州人做产品，一开始只能是学着复制人家，他们模仿、抄袭、复制人家，到了一定阶段以后开始创新。很多温州人在经营的过程中，观察市场、观察新的产品。一旦市面出现新型产品，他们就开始了模仿生产。

王春光是温州人，但他也上过温州商品的当。1986年，王春光花钱买了一双很漂亮的温州鞋，一周后，皮鞋就不能穿了，完全坏掉了。

“当时整个市场并不是很完善。温州人没有技术，自己没有生产的实力。这种情况下，怎样才能节约成本获得最大的利润呢？很多人就想到了假冒。为此，温州人得到了惨痛的教训，他们认识到，经商需要诚信，吸引消费者，必须将产品的质量和服务搞上去。……其实，一味地模仿不可能获得成功。”王春光说：“这是一个探索的过程。温州走这条路，遇到了市场的机遇，这些机遇不可能再一次的出现。”

当然，在想着模仿以前，不要忽略自身的条件。因为，万变不离其宗，对任何问题都要从自身出发，决不能邯郸学步那样地亦步亦趋。聪明的经营者会根据自身的能力而模仿，在市场需要的时候，就必须摆脱跟风，有自己的创新，使产品能够在市场站稳脚跟。

如今，在商业上获得成功的温州人已经不局限在模仿的范围内，在他们看来，创新才是未来市场发展的方向。

实际上，任何一种商业模式都可以在一定的程度上被别人所复制，而成功与

失败最关键的地方就是走别人的老路还是自主创新。善于经营的温州人早已洞悉了其中的奥秘。温州人的可贵之处在于，他们不光可以将产品模仿得惟妙惟肖，以模仿起步，而且敢于为了创新而放弃所模仿的一切，把眼光放在市场的发展趋势上。如果他们生产的产品被新的产品淘汰出市场，他们便会立刻停止自己对于过去的模仿，并不断地改进或者创新，生产出更具市场卖点的新颖产品。他们在模仿之中寻求创新，在模仿中寻求突破，从而更加稳妥地获取了创业的成功。

模仿是学习最重要的一步。一个人从降生开始，就在模仿别人的语言，在家里模仿父母的言行，在学校，在模仿中学习知识。在不断的模仿中，一个人才能不断地成长。模仿不仅影响到可以改变一个人，还在不断推动社会的进步。



经商小语

做生意主要有三种方式：一是创新，二是改进，三是跟风。创新吃的就是“一招鲜”，虽然不易，一旦使出来，却费力少而收获大；改进是在别人的基础上做得更好，虽不易造成轰动，后劲却很足；跟风是跟在别人后面亦步亦趋，这样做起来较容易，风险也较小，但跟吃人的残羹冷饭差不多，收获有限。若想从小做大，最低限度应持改进的态度，不能老跟风，若有机会，也不妨创新，来一个“一招鲜，吃遍天”。

——香港首富 李嘉诚

从新的角度找突破口

温州人之所以具备敏锐的洞察力，就在于他们密切关注社会的动态以及做到了最细微的分析。他们并不是单单依靠经验生存的人，也不是将自己关起来闭门造车的人。他们非常热衷于对社会的研究，在不断发展变革的事业中寻找新突破，寻求与社会相适应的方式发展。

“章光 101”大家都非常熟悉。赵章光的老家就在雁荡山的乐清县，他的父亲是一个乡村郎中。他自幼聪明，只因为家中贫困，他未能在学习中发挥自己的创造能力，初中没学完就辍学了，给父亲当助手。



在父亲的指引下，赵章光很快掌握了配药、治病的方法，成为乡中有名的郎中。当地的乡医林光华对于聪慧的赵章光很赏识，认定他是一个学医的材料，便教授他医术，并把女儿嫁给了他。另外，林光华祖上留下了一个治疗皮肤病的秘方，由于他很欣赏赵章光，认为祖传医术可以在赵章光手中发扬光大，便将秘方传给了他。赵章光没有辜负岳父的期望，医术更加的精湛，不久，赵章光正式开设了诊所。

虽然赵章光对于治疗皮肤病很在行，但家乡中有一种奇怪的病，他却没有办法。这种病俗称为“鬼剃头”，好好的一个年轻姑娘，秀发飘飘，也不知什么原因，一夜之间头发就会秃很多，露出一片光光的头皮。很多医生不知道病因在哪儿。

在乐清县，有几名患这种病的姑娘知道赵章光善治疑难杂症，便找上门来求医。开始治疗没有什么疗效时，她们很失望，只得无功而返。赵章光非常同情她们，被自己排除困难的性格所激励，决定要研制治疗“鬼剃头”的药物。

赵章光断定，如果可以改进自己的药方，就可以治好这种皮肤病。为了可以治愈这种杂症，他研究岳父传授的秘方，秘方中有很多珍贵的药材，也得益于他大力运用自己在岳父那里学到的医学知识。那段时间里，他经常带着采药的工具，只身登上雁荡山采药。家里头全是制作草药的瓶瓶罐罐，每次制成试剂后，他就会用自己做实验。

赵章光一生之中最重要的医学实验，都是这样在自己身上完成的。当然，一开始赵章光遇到了多次失败的打击，但他从未放弃，决心做出药物，他的实验终于成功了。看着患者头上长出新的头发，赵章光高兴地哭了。

可是他的幸福并没有长久。在药物研制成功后，却迎来了一次严重的打击：自己辛苦取得的成就，并没有得到卫生部门的认可。乐清县卫生局不仅没有同意他治疗斑秃，而且认为他不走正路，便取消了他的行医资格。就这样，赵章光弄巧成拙，连治病的资格都被取消了，想找他看病的人，只能偷偷地去。

而赵章光并没有灰心，他已经非常熟练地掌握了技术，只是心中有些遗憾，自己的药物不能为病人排忧解难。他希望让更多的患者消除斑秃的苦恼。

1980年，恰逢改革开放初期，大批温州人都做起了生意，成千上万的温州人

奔向全国，开始了第一次艰辛的创业。赵章光也投入到其中，也开始了自己创业的道路，他的目标是有一番作为，济世救人。

尽管赵章光胸怀壮志，却到处受到歧视，人们都说他是骗子。自己辛苦研发的生发药剂一直不能得到药品部门的认可，想要投入生产更是难上加难。不仅如此，各地管理部门都禁止他行医，明令一旦查出，以诈骗罪论处。就这样，赵章光只能在江湖中闯荡。

1984年的一天，在江湖中沦落已久的赵章光，被一个广告吸引。广告牌上是一家化妆品公司推出的美发产品：一个秀发飘逸的少女，露出非常甜美的微笑，向远方看着。

赵章光被广告所吸引，在他看来，那是雁荡山中很多美丽的姑娘，怀着期待和祝愿，等待着这个远在他乡的浪子。面对这样吸引人的广告画，赵章光停留了很长的时间，忽然间有一个念头在脑海中浮现：自己最初的出发点，不就是为了能够让自己的药治愈女性的斑秃吗？“101 毛发再生精”虽然是药品，不也可以成为美容品吗？

自己一直以来都是以药品的名义向有关部门申请，那是因为药品要承担相应的医疗责任，所以管制很严。卫生部门绝不会认同一个连初中都没有毕业的人研制出药品来，甚至不会浪费时间去验证一下。但美容品却不一样，它仅是一种商品，对质量有要求，却并没有过于严格的要求。自己何必一定要去以申请药品的方式来让它问世呢？

想到这里，赵章光心中释然了，决定将“101 毛发再生精”以外用美容品的身份问世。没想到，他这样的想法改变了他的一生。经过多方的努力，赵章光终于成功地获得了专利。

1989年，在北京人民大会堂召开北京毛发再生精联合总厂成立大会，由赵章光出任厂长。其产品不仅行销全国各地，并且销售到四十多个国家，日本、美国、法国、意大利等国都有其代理商。一个一个的成功将这个“江湖郎中”蜕变成一个优秀的企业家。

回顾这一切，有人会觉得“101 毛发再生精”的成功取决于当时他在广告牌做出的决定，那个决定改变了赵章光的一生。他凭借着独到的眼光，转变了自己





的思维，打破常规的束缚，在思路上一次大的飞跃，从此他不再被短浅的目光所束缚，而是从新的角度找到了突破口。



经商小语

每个人都有想法，但怎么做很重要，思路决定出路，常规思维只能使企业存活和避开厄运，创造性思维却会使企业繁荣昌盛并获得财富；只有疲软的思想，没有疲软的市场。

——均瑶集团前董事长 王均瑶

参 考 文 献

- [1] 杨宏建. 浙商是怎样炼成的. 北京：北京工业大学出版社，2006
- [2] 郭海东，张文彦. 著温州人财富真相. 北京：新世界出版社，2012
- [3] 李峰. 温州人财富密码. 北京：外文出版社出版，2010
- [4] 苏山. 温商就是这样炼成的. 北京：北京工业大学出版社，2011
- [5] 周德文，吴比. 四海皆商机：温州人的创富史 1978—2010. 杭州：浙江大学出版社，2011
- [6] 伍豪. 可怕的温州人. 长春：吉林大学出版社，2010
- [7] 郑一群. 学温州人怎样捕捉商机. 北京：石油工业出版社，2011
- [8] 胡飞航. 温州人生意经的经济学解读. 杭州：浙江大学出版社，2006



顶尖财富密码

解密温州人的投资理财

我确实在多个场合，包括在国外，都给予温州人民以赞扬。因为他们闯荡天下，具有改革开放和创新的意识，具有创业的精神……

——温家宝

白手起家、艰苦奋斗的创业精神；不等不靠、依靠自己的自主精神；闯荡天下、四海为家的开拓精神；敢于创新、善于创新的创造精神。

——著名经济学家钟朋荣曾这样评价“温州人精神”

浙江是一个具有炽烈企业家精神的地方，浙江商人既聪明又肯吃苦，敢冒风险，敢为人先，最让人佩服。

——著名经济学家 吴敬琏

温州人如今投资到了全中国，甚至全世界，靠的什么？一靠“千辛万苦”能吃苦，二靠“千方百计”脑子活。再有，就是团队精神。

——著名学者、经济学家 艾丰

清华大学出版社数字出版网站

WQBook 书文局泉

www.wqbook.com

ISBN 978-7-302-34518-3



9 787302 345183 >

定价：29.00元